

## Narrativas mitológicas como documentos de memória: sociedade narcisista<sup>1</sup>

José Luiz BALESTRINI JR.<sup>2</sup>  
Barbara HELLER<sup>3</sup>  
Universidade Paulista - UNIP, SP

### RESUMO

O artigo propõe uma reflexão sobre a possibilidade da utilização de narrativas mitológicas como documentos de memória. Utilizamos como exemplo principal o trabalho de René Girard sobre como a construção do pensamento antissemita se deu ao longo de anos e teve início muito antes da Segunda Guerra Mundial. Escolhemos para a nossa reflexão e comparação o mito de Narciso e procuramos mostrar, através de dados coletados no *Google Trends*, assim como dos textos de autores como Byung Chul-Han, Guy Deboard, Norval Baitello Jr., entre outros, como a dinâmica narcisista faz parte do comportamento contemporâneo. O olhar aprofundando sobre esse fenômeno pode auxiliar a compreensão de processos subjacentes à consciência humana que direcionam a construção de cultura e da memória ao longo do tempo.

**PALAVRAS-CHAVE:** memória; mitologia; cultura; narcisismo; sociedade.

### INTRODUÇÃO

Os estudos da memória mostram uma complexidade que não pode ser ignorada na contemporaneidade, isso fica ainda mais claro quando falamos da memória coletiva. Como afirma Huyssen: “O lugar da memória numa determinada cultura é definido por uma rede discursiva extremamente complexa, envolvendo fatores rituais e míticos, históricos, políticos e psicológicos” (HUYSSSEN, 2004, P. 69 APUD ROLLEMBERG, 2021, p. 5). Num artigo de poucas páginas como esse, é praticamente impossível agregar tantas áreas do conhecimento, por isso, e por outros motivos didáticos, é importante fazermos recortes. O nosso foco e interesse nesse trabalho está voltado para a conexão entre as narrativas mitológicas e a construção da memória coletiva. Na fala de Huyssen, o autor aponta, como um dos componentes da memória, os mitos, e isso dá respaldo para a nossa pesquisa. Podemos absorver da análise de René Girard (2020)

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Pesquisa – Teoria da Comunicação do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 29 a 31 de agosto de 2023.

<sup>2</sup> Doutorando em Comunicação na Unip – SP, email: balestrini@lungfu.com.br

<sup>3</sup> Professora Doutora no PPG de Comunicação na UNIP – SP, email: b.heller.sp@gmail.com

---

sobre o mecanismo de funcionamento do bode expiatório que o mito acaba sendo concretizado na construção da sociedade, da cultura, das coisas e do ambiente. As narrativas mitológicas influenciam na construção das memórias e, exatamente por isso, influenciam também o comportamento do presente. Isso concorda com Pollack quando ele afirma que: “Numa perspectiva construtivista, não se trata mais de lidar com os fatos sociais como coisas, mas de analisar como os fatos sociais se tornam coisas, como e por quem eles são solidificados e dotados de duração e estabilidade” (POLLAK, 1989, p. 4). A literalização e concretização de narrativas mitológicas acaba tornando-se parte da memória de um povo.

Para colocarmos isso em perspectiva, e fazer a conexão de estudos da memória com estudos antropológicos e comunicacionais, voltamos nossa atenção e buscamos auxílio também na psicologia. Na prática clínica psicoterapêutica individual, é sabido e documentado que grande parte do sonho é constituído por imagens da memória da pessoa, lembranças de acontecimentos do passado e de traumas que retornam através das imagens oníricas. Porém o sonho não é constituído somente de lembranças, ele traz também indicações e possibilidade para a resolução de problemas e conflitos, quando une em seu simbolismo o passado e o presente, apontado saídas criativas para o futuro (REVONSUO, 2000; VON FRANZ, 1992). Muitos autores descrevem o sonho como sendo o mito individual, enquanto o mito é o sonho coletivo (BALESTRINI JR, 2023). Sendo assim, as memórias coletivas, sejam elas traumáticas ou não, também retornam através das narrativas mitológicas, ou mesmo da literatura (JUNIOR; TORRES, 2022). Pollack (1992) afirma que a memória do grupo é constituída por lugares que se encontram fora do espaço-tempo da vida do indivíduo e, por isso, acabam fazendo parte também da memória da pessoa por tabela ou por pertencimento à comunidade. As narrativas mitológicas têm, entre outras funções, a capacidade de unir povos em torno de núcleos temáticos que falam de sua existência e história. Mesmo que os indivíduos não tenham experienciado diretamente esses eventos, sentem-se, através da identificação arquetípica com as narrativas, parte integrante dos contextos (ELIADE, 2006). Nas palavras do próprio Pollack:

São acontecimentos dos quais a pessoa nem sempre participou, mas que, no imaginário, tomaram tamanho relevo que, no fim das contas, é quase impossível que ela consiga saber se participou ou não. (...) É perfeitamente possível que, por meio

---

da socialização política, ou da socialização histórica, ocorra um fenômeno de projeção ou de identificação com determinado passado, tão forte que podemos falar numa memória quase que herdada (POLLAK, 1992, p. 201).

O autor usa a expressão “imaginário”, o que abre precedente para que possamos fazer uma conexão entre os estudos da memória e do imaginário como campo epistemológico que, dentro da nossa perspectiva, se expressa através dos mitos (CONTRERA, 1996). Para a nossa reflexão, escolhemos o mito de Narciso como referência e o utilizaremos para comparações devidas com vários aspectos do comportamento coletivo contemporâneo. Apoiamos nossa escolha principalmente no trabalho de Byung-Chul Han (2021) que mostra como o narcisismo é uma das marcas da sociedade atual e de Christopher Lasch (1983), que descreve, já no final dos anos 1970, o que ele chama de a cultura do narcisismo, explorando o individualismo competitivo extremo que funciona como estratégia de sobrevivência. Alguns outros autores serão trazidos para o diálogo para compreendermos a construção histórica desse fenômeno.

O termo narcisismo começou a ser utilizado no final do século XIX e sua utilização estava, num primeiro momento, diretamente conectada com o comportamento autoerótico descrito pela psicanálise ortodoxa (GUIMARÃES; ENDO, 2014). Não interessa para a nossa discussão os detalhes disso dentro da história da teoria psicanalítica, mas sim o fato de o termo vir diretamente da descrição de uma narrativa mitológica, nesse caso o mito de Narciso, para descrever, dentro da prática clínica psicanalítica, comportamentos de indivíduos, teoricamente patológicos. São muitos os autores, principalmente após a popularização das ideias de Carl Gustav Jung, que irão utilizar os mitos e vários termos mitológicos para exemplificar e compreender a dimensão arquetípica dos fenômenos individuais e coletivos, sendo eles considerados patológicos ou não (JUNG, 2018). Talvez dois dos termos mais conhecidos de maneira popular dentro da psicanálise freudiana sejam *Narcisismo* e *Complexo de Édipo*; os dois, obviamente, conectados com narrativas mitológicas.

Retomando as ideias de Jung, que deu continuidade e ampliou a importância de estudos mitológicos para a compreensão do comportamento humano tanto do ponto de vista individual, mas também do coletivo, o autor mostra como a identificação inconsciente da população alemã com o personagem mitológico germânico Wotan,

figura equivalente ao deus Odín da mitologia nórdica, estava na raiz psicológica dos acontecimentos das duas guerras mundiais (JUNG, 1988). Ainda conectado com essa época da história, René Girard, em sua obra *O bode expiatório* (GIRARD, 2020) mostra claramente como a construção da visão antissemita que assolou a Europa teve início muito anteriormente e estava diretamente ligada com narrativas mitológicas. Em sua análise, Girard parte dos poemas de Guillaume de Machaut, poeta francês que viveu no séc. XIV e escreveu em seu *Julgamento do Rei Navarra* a história de como os judeus eram culpados pelo surgimento da peste negra que assolou a idade média. Explorando o conteúdo do poema, Girard explica como os judeus já serviam como objeto de depósito do mal projetado no texto de Machaut: “... os homens morrem em grande número. Algumas das mortes são devidas às perversidades dos judeus e de seus cúmplices cristãos. Como estas pessoas faziam para causar vastas perdas na população local? Envenenavam rios, as fontes de provisão de água potável. A justiça celeste interveio em meio a esses malefícios, revelando seus autores à população, que massacrou todos eles” (GIRARD, 2020, p. 5).

Segundo o poema, a peste negra teria sido, então, enviada por Deus para castigar os judeus e seus aliados, pois estes eram considerados amantes do mal e perversos. Os homens deviam ajudar a justiça divina também matando judeus, os queimando, enforcando ou decapitando; isso aconteceu alguns séculos antes da segunda guerra mundial e do nazismo. A narrativa mitológica estava enraizada na psique profunda, no inconsciente coletivo e irrompeu quando surgiu a oportunidade e o personagem arquetípico de Wotan encontrou espaço para reaparecer na imagem do ideal de homem alemão ariano, na expressão utilizada pelo próprio Jung em vários momentos de sua análise, a “besta loira” (JUNG, 1988). Concordando com essa reflexão, encontramos argumentos na fala de Goldhagen que aponta como foram “as ideias sobre os judeus difundidas na Alemanha durante décadas que induziram alemães comuns a sistematicamente matar judeus desarmados e indefesos - homens, mulheres e crianças -, aos milhares e sem compaixão” (GOLDHAGEN, 1997, p. 31 APUD ROLLEMBERG, 2021, p. 17).

O exemplo citado acima nos parece suficiente para justificar a importância do estudo das narrativas mitológicas como possível fonte para a compreensão da construção da memória e, baseados nisso, trazemos como objetivo principal do presente

---

trabalho, refletir, através da observação da identificação da sociedade contemporânea com o narcisismo, como o comportamento do presente pode ser resultado, entre outros aspectos, de narrativas criadas ao longo dos anos pelo capitalismo predatório que visa transformar o indivíduo da atual sociedade mediática, assim como acontece no mito de Narciso, em consumidor de imagens de si mesmo. Ao mesmo tempo, talvez seja possível, através dos dados mostrados no presente estudo, criar imagens hipotéticas de aspectos comportamentais futuros da sociedade e da cultura.

Acreditamos que nosso trabalho pode contribuir para a reflexão, atualmente muito necessária, sobre como o individualismo narcisista, uma das marcas principais do neoliberalismo, está levando a humanidade para um caminho de destruição ecológica geral que, obviamente, incluirá sua própria espécie.

## **O MITO DE NARCISO**

Talvez o enredo nuclear do mito de narciso seja um dos mais conhecidos popularmente: Narciso é aquele que ama apenas a si mesmo, busca o tempo inteiro a sua própria imagem, hipnotizado por sua própria beleza e não enxerga aqueles que estão à sua volta. Porém, o mito é mais complexo do que isso, traz nuances e complicações dentre as quais escolhemos algumas que consideramos importantes para a nossa análise e ampliação.

A etimologia de seu nome aponta para a palavra grega *Nárkissos*, donde *Nárkē* significa entorpecimento e/ou embotamento (BRANDÃO, 2014). Palavras como narcótico, narcolepsia e narcose tem a mesma raiz etimológica. Segundo algumas narrativas, Narciso não tem conhecimento de que está apaixonado por sua própria imagem refletida no espelho d'água, o que, do ponto de vista psicológico é de extrema relevância; enquanto aprisionado em suas projeções, não tem consciência de que busca a si mesmo o tempo inteiro (BRANDÃO, 1996). Não sabe, por assim dizer, que projeta seus conteúdos inconscientes não reconhecidos como partes integrantes da sua própria psique no mundo exterior. Essa é uma das características principais do indivíduo considerado narcisista, ele não consegue perceber que, através do exercício do poder, tenta fazer com o que os outros, aqueles que formam seu entorno relacional, ajam da maneira que ele acredita ser a melhor e mais correta. Toda vez que alguém romper com

---

esse pensamento individualista, arbitrário e ditatorial, esse personagem será considerado como inimigo.

Exatamente por causa desse padrão, é que Narciso é incapaz de se apaixonar por alguém outro que não seja ele mesmo; ou acaba sendo atraído por alguém que apenas reflita de maneira irrefletida aquilo que ele é. No mito, a ninfa Eco busca seu amor, mas, ignorada e negada, acaba transformando-se numa pedra que apenas repete aquilo que Narciso diz. Esse é o comportamento complementar necessário para a manutenção do narcisismo, alguém, ou um mecanismo que permita que o indivíduo continue encontrando apenas ecos e repetições daquilo que ele é. Narciso é, portanto, aquele que acaba anestesiado, entorpecido e embotado enquanto busca a si mesmo nos objetos do mundo exterior.

## O NARCISISMO ENTRE NÓS

Dados obtidos através da ferramenta *Google Trends* têm sido utilizados para análises do comportamento coletivo dentro de diversas áreas. Jun *et al.* (2018) mostram que esses dados, que nos anos iniciais após o lançamento da ferramenta, eram utilizados principalmente para monitoramento do tempo presente, passaram rapidamente a serem utilizados com o objetivo de observar tendências, possibilitando premonições, muitas vezes com alto grau de acuracidade, da irrupção de comportamentos conectados com os termos de busca pesquisados no *Google*. Nos estudos de Choy *et al.* (2012), os dados foram utilizados para revelar tendências e indicadores econômicos que tinham relevância no que era o tempo presente, já nos resultados de Seifter *et al.* (2010) os pesquisadores mostraram que é possível, através da análise do comportamento de buscas de sintomas, prognosticar a irrupção de um surto da Doença de Lyme em áreas determinadas.

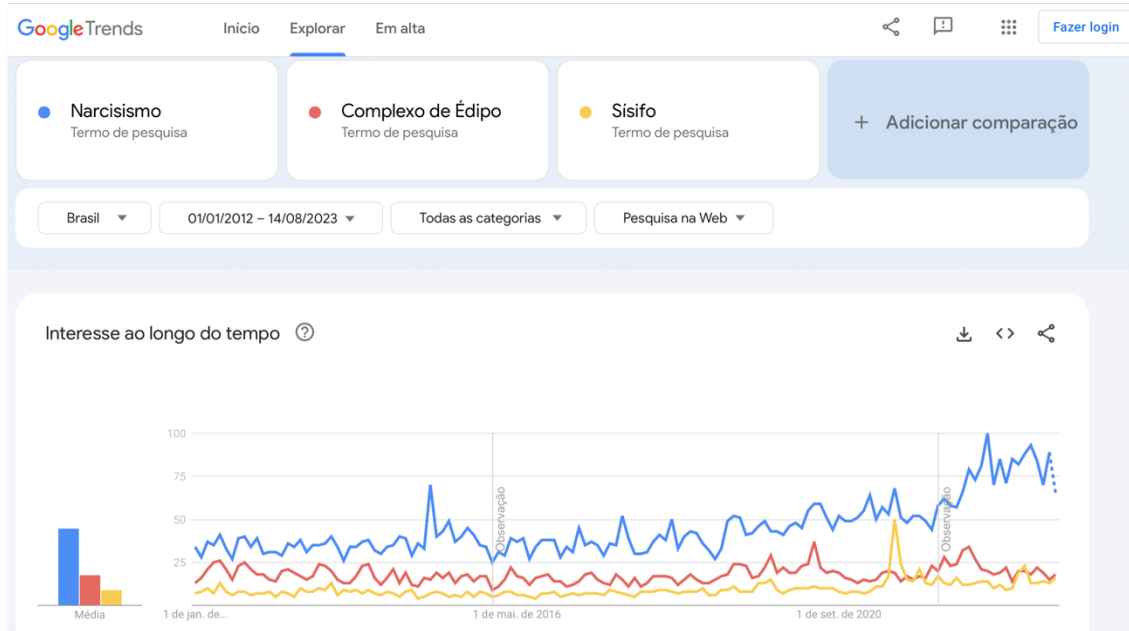
Dentro dos estudos da comunicação e do imaginário, temos trabalhos como o de Contrera e Torres (2021) que mostra, metodologicamente, como a ferramenta pode ser aplicada permitindo o levantamento de hipóteses, de acordo com os estudos do imaginário (DURAND, 1996), sobre quais narrativas mitológicas podem ser consideradas diretoras no comportamento presente da população, assim como permite criar hipóteses sobre os mitos que estariam ganhando força no inconsciente para irromper na consciência no futuro. Numa aplicação ligeiramente diferente, mas de igual

---

importância, Silva (2019) revela a discrepância entre a visão regularmente noticiada de que o Brasil é considerado um país de maioria cristã enquanto os dados obtidos através do *Google Trends* indicam que buscas por termos relacionados à Umbanda são de volume muito maior, mostrando que o interesse geral da população está mais direcionado para essa expressão religiosa. Não podemos esquecer de que as metáforas criadas pela a religião tem o mesmo substrato fundamental das narrativas mitológicas (CAMPBELL, 2002).

Baseados nesse resultados, decidimos, através de uma pesquisa simples, utilizar a ferramenta *Google Trends* para investigar o comportamento de busca dos usuários pelo termo narcisismo no *Google* desde o ano 2010 até o dia 31 de maio de 2023. Segundo Silva (2019) os dados relacionados aos anos anteriores à 2010 na ferramenta não podem ser considerados com alta confiabilidade por vários motivos. Acreditamos que os resultados poderiam revelar, através do gráfico fornecido pela ferramenta, alguma ideia sobre a tendência coletiva nos últimos anos através do interesse demonstrando pela população através das buscas de termos de pesquisa. Para os parâmetros da nossa pesquisa utilizamos os seguintes critérios: buscas feitas no Brasil entre o período de 01/01/2010 até 31/05/2023 dentro de todas as categorias de pesquisa na World Wide Web. Para podermos estabelecer alguma comparação, escolhemos pesquisar também o termo Complexo de Édipo e Sísifo. O primeiro sendo mais conhecido popularmente através da própria psicanálise e o segundo, apesar de conter uma narrativa com várias temáticas relacionados ao ser humano contemporâneo, como indicado principalmente por Albert Camus (1961), muito menos conhecido pela população em geral. O Gráfico 1 mostra claramente que nos últimos anos o interesse pelo tema narcisismo vem crescendo em comparação com os outros dois que se mantem numa linha mais ou menos constante ao longo do tempo. Se dermos atenção para as colunas localizadas do lado esquerdo do gráfico, podemos observar também que a média de buscas pelo termo Narcisismo tem mais do que o dobro da média de buscas para Complexo de Édipo que vem em segundo lugar e quase cinco vezes mais do que para o termo Sísifo.

Gráfico 1 - Comparação entre a busca pelos termos “Narcisismo”, “Complexo de Édipo” e “Sísifo” no *Google Trends*.



Fonte: Google Trends, 2023. Acesso em 14/08/2023.

Para a nossa análise não estamos preocupados com os números exatos dessas buscas, escolhemos dar atenção para a tendência das linhas apresentadas no gráfico. Apesar de observamos alguns picos, podemos observar a constância de buscas relacionadas aos termos durante praticamente todo o período. O termo Narcisismo parece tornar-se mais popular a partir do meio do ano de 2020 quando começa a mostrar uma clara tendência de alta que se mantém em crescimento até a atualidade. É importante notar a comparação com os outros dois termos, isso é indicativo que o assunto ganhou destaque com relação aos outros dois, utilizados aqui como referência e controle.

## PEQUENA HISTÓRIA DA SEDUÇÃO, PRODUÇÃO E PROPAGANDA DE SI MESMO

Em textos publicados na década de 1940, Adorno e Horkheimer (2021) falavam de como o poder total do capital subjugava a cultura, transformando as produções artísticas em ferramentas de absolutização da imitação com objetivos claros de lucro



indiscriminado. O poeta e cineasta Pier Paolo Pasolini (2018) apontou na década de 1960 para o perigo da homogeneização da cultura imposto principalmente pelo imperialismo americano que se transforma num poder sem rosto, donde não conseguimos encontrar uma figura de liderança que possa ser acusada e culpabilizada; a responsabilidade pelas transformações que o mundo sofre passam a ser culpa de uma espécie de força maior, quase divina, que não se mostra claramente, mas que direciona o comportamento da massa.

Continuando nossa construção histórica do narcisismo cultural, em 1967 Guy Deboard publicou *A sociedade do espetáculo* onde ele disse: “O espetáculo não quer chegar a outra coisa senão a si próprio” (DEBORD, 2005, p. 12). Essa é a própria descrição da dinâmica de Narciso, ele não busca chegar a nenhum outro lugar que não seja na projeção da sua própria imagem; encontra-se fascinado por ela. Como já citado no início do texto, no final da década de 1970, Lasch (1983) escreve um retrato da sociedade americana e, por associação, dos países que sofreram a invasão do imperialismo liberal estadunidense, como sendo a própria cultura narcisista. Apesar da leitura de seu trabalho passar a ideia de que estaríamos no auge do narcisismo, não é isso o que ocorre. Mais uma vez, ganhando novas formas de expressão, Narciso transmuta-se e encontra maneiras de continuar atuando. Nos anos 1980, falando da invasão das casas e das vidas das pessoas pelas telas de TV, Jean Baudrillard (1991) mostra claramente a relação entre esse movimento e o apagamento da memória natural que acompanha a criação de memórias artificiais através das imagens criadas pelo próprio ser humano, mas que ganham espaço através das mídias de massa:

O esquecimento da exterminação faz parte da exterminação, pois o é também da memória, da história, do social, etc. Esse esquecimento é tão essencial como o acontecimento, de qualquer modo impossível de encontrar para nós, inacessível na sua verdade. Esse esquecimento é ainda demasiado perigoso, é preciso apagá-lo por uma memória artificial (hoje em dia, por toda a parte, são as memórias artificiais que apagam a memória dos homens, que apagam os homens da sua própria memória). Esta memória artificial será a reencenação da exterminação – mas tarde, demasiado tarde para poder fazer verdadeiras ondas e incomodar profundamente alguma coisa e, sobretudo, sobretudo através de um *médium* ele próprio frio, irradiando o esquecimento, a dissuasão e a exterminação de uma maneira ainda mais sistemática, se é possível, que os próprios campos de concentração (BAUDRILLARD, 1991, p. 67)

Finalmente, na contemporaneidade, encontramos autores como Norval Baitello Jr. (2014) que retoma o tema quando descreve a iconofagia como o movimento de devoração do próprio ser humano pelas imagens que ele mesmo devora. Entre os diferentes mitos diretores que podemos apontar como nucleares desse comportamento, encontramos lá, mais uma vez, Narciso. Byung Chul-Han (2021) traz Narciso claramente para a conversa; não se refere a seu nome diretamente, mas usa muitas vezes o termo narcisismo para descrever a sociedade midiática que, com o apagamento dos rituais, cria a comunidade sem comunicação, formada por indivíduos encapsulados nas suas bolhas digitais. Somos nações de seguidores e seguidos; o mecanismo do fascínio pelas projeções de si mesmo é o motor da cultura narcisista. Rollemberg (2021), se referindo à análise de Peter Reichel sobre a propaganda nazista, fala sobre a utilização do termo fascinação como sendo o mais acurado para descrever a identificação dos alemães com os valores e referências projetados na salvação oferecida pelo Führer e pelo Reich, e no mal, deslocado e conectado propositalmente nos judeus. Como a própria autora diz: “Nessa abordagem, o público-alvo é agente na construção da propaganda, enquanto o termo “sedução” para se referir a essa relação denotaria um receptor passivo do seu conteúdo (ROLLEMBERG, 2021, p. 3). A fascinação acaba fazendo com que a identificação seja muito mais potente porque está conectada com conteúdos inconscientes arquetípicos, regentes da própria vida humana. A sedução acaba quando percebemos o outro como diferente de nós mesmos, no fascínio narcisista esse risco é menor exatamente porque a alteridade não tem participação; o outro aparece somente como eco.

Para encerrar essa parte da nossa discussão, trazemos, com o objetivo de ampliar a visão do autor, a seguinte fala de Guy Debord:

A primeira fase da dominação da economia sobre a vida social levou, na definição de toda a realização humana, a uma evidente degradação do *ser* em *ter*. A fase presente da ocupação total da vida social pelos resultados acumulados da economia conduz a um deslizar generalizado do *ter* em *parecer*, de que todo o ‘ter’efectivo deve tirar seu prestígio imediato e a sua função última (DEBORD, 2005, p. 13).

---

A fase que foi um dia presente, descrita por Debord em sua época, se foi e, na sociedade midiática contemporânea, o *parecer* também não é mais suficiente; para os narcisistas da era moderna é preciso *parecer e aparecer para ser*; mesmo que eles apareçam apenas para si mesmos.

## **HYBRIS NARCISISTA CONTEMPORÂNEA**

A *hybris*<sup>4</sup> de Narciso está no fato dele ser mais belo do que os deuses, e é isso que o leva à ruína. As divindades, compreendidas aqui como forças arquetípicas que se manifestam nas narrativas mitológicas, assim como guiam o próprio comportamento humano, não costumam perdoar a falta de consciência das atitudes desmedidas, unilateralizadas e literalizadas, sejam elas individuais ou coletivas (JUNG, 2018). Assim se apresenta o ser humano contemporâneo que, frente às maravilhas do mundo, sejam elas naturais ou construídas por sua própria espécie, produzem incessantemente *selfies* que colocam os indivíduos na frente de tudo, levando o mundo para segundo plano (BAITELLO JR, 2019), transformando o que devia ser objeto de contemplação e reencontro com imagens arquetípicas e divinas em plano de fundo para imagens espetaculares de si mesmo. Nesse processo a coletividade, a comunidade e a comunicação se perdem e o individualismo narcisista ganha cada vez mais força (HAN, 2021).

Assim como Narciso, o indivíduo da sociedade mediática que vive a crise do pensamento simbólico e do rebaixamento cognitivo (CONTRERA, 2021), não faz uso da sua capacidade reflexiva e, sem saber que busca somente a si mesmo nas imagens que produz e compartilha incessantemente nas redes sociais, continua num movimento automatizado que não leva ao encontro com o diferente e com o diverso fundamental para a criação e ampliação de consciência (EDINGER, 1984).

A massificação fica disfarçada na ideia da liberdade que a sociedade mediática prega como um dos seus valores fundamentais, mas que no fundo não passa de uma cilada para atrair e aprisionar cada vez mais as pessoas em bolhas algorítmicas que não permitem a visão de algo que não sejam imagens repetidas do próprio usuário, mesmo que estas sejam disfarçadas de novidade (BAITELLO JR, 2014).

---

<sup>4</sup> Explicar, usar Junito Brandão.

Nos parece claro que a imagem de um indivíduo, ou de milhões de pessoas - para falar somente de dados do Brasil, mas que refletem um fenômeno mundial -, aprisionadas através da visão em pequenas telas que reproduzem informações que não tem nenhuma intenção de provocar reflexões profundas (HAN, 2022), mas somente manter os usuários aprisionados, embotados e anestesiados – e lembramos aqui a etimologia de Narciso discutida no início do texto – pode ser vista como uma descrição acurada do que vivemos como sociedade na contemporaneidade. O mito discutido aqui mostra como vem sendo a construção de uma sociedade cada vez mais caracterizada pelo individualismo, formada por indivíduos que só olham para si mesmos, aprisionados na produção e no consumo de imagens de si. Nos parece que, se passássemos a olhar para as narrativas mitológicas como documentos de memória, poderíamos compreender com um pouco mais de profundidade o processo subjacente à consciência humana que dirige a construção da cultura ao longo do tempo. Isso nos ajudaria a criar consciência, prestar atenção e refletir no presente sobre as narrativas que nos são empurradas de maneira arbitrária pela sociedade mediática da produção e do consumo que continuam fazendo a manutenção do mecanismo narcisista. Talvez, com essa percepção, fosse possível buscar transformações individuais e coletivas que resultassem em comportamentos integrativos e que levassem em consideração o pensamento ecológico necessário para o momento crítico em que vive nossa espécie e a crise em que colocamos o próprio planeta.

## REFERÊNCIAS

ADORNO, T. W. **Indústria cultural e sociedade**. Paz e Terra São Paulo, 2021. 8521904533.

BAITELLO JR, N. **A era da iconofagia: reflexões sobre imagem, comunicação, mídia e cultura**. Paulus, 2014. 8534939934.

BAITELLO JR, N. **Existências Penduradas - Selfies, Retratos e Outros Penduricalhos**. São Paulo: Unisinos, 2019. 129 p.

BALESTRINI JR, J. L. **Sonho, Imagem, Imaginação e o Coração Onírico**. São Paulo: Eleva Cultural, 2023. 256 p. 978-65-993921-5-3

BAUDRILLARD, J. **Simulacros e simulação**. 1991.

- 
- BRANDÃO, J. D. S. Mitologia Grega–volume II–7ª edição. **Vozes-Petrópolis**, 1996.
- BRANDÃO, J. D. S. Dicionário mítico-etimológico da mitologia grega. **Petrópolis, RJ: Vozes**, 1, 2014.
- CAMPBELL, J. **The inner reaches of outer space: Metaphor as myth and as religion**. New World Library, 2002. 1577312090.
- CAMUS, A. **O mito de Sísifo: ensaio sobre o absurdo**. Livros do Brasil, 1961.
- CHOI, H.; VARIAN, H. Predicting the present with Google Trends. **Economic record**, 88, p. 2-9, 2012.
- CONTRERA, M. S. **O mito na mídia: a presença de conteúdos arcaicos nos meios de comunicação**. Annablume, 1996. 8585596554.
- CONTRERA, M. S. Impactos persistentes da cultura de massas na comunicação: a crise da empatia e o rebaixamento cognitivo. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, 44, p. 35-49, 2021.
- CONTRERA, M. S.; TORRES, L. S. Reverberações simbólicas no Google Trends: uma análise do imaginário na internet. **Intexto**, n. 52, p. 98924, 2021.
- DA SILVA, M. R. TROMPE-L'OEIL: apagamentos e (in) visibilidade da Umbanda na cultura brasileira1 TROMPE-L'OEIL: effacement and (in) visibility of Umbanda in Brazilian's culture. 2019.
- DEBORD, G. A sociedade do espectáculo. : Edições Antipáticas 2005.
- DURAND, G. **Campos do imaginário**. 1996. 972840798X.
- EDINGER, E. F. A criação da consciência: o mito de Jung para o homem moderno. *In: A criação da consciência: o mito de Jung para o homem moderno*, 1984. p. 120-120.
- ELIADE, M. Mito e realidade. : São Paulo: Perspectiva 2006.
- GIRARD, R. **O bode expiatório**. Leya, 2020. 9724423506.
- GUIMARÃES, L. M.; ENDO, P. C. A origem da palavra narcisismo. **Revista Latinoamericana de Psicopatologia Fundamental**, 17, p. 431-449, 2014.
- HAN, B.-C. **O desaparecimento dos rituais: uma topologia do presente**. Editora Vozes, 2021. 6557133330.
- HAN, B.-C. Infocracia. **La digitalización y la crisis de la democracia. 1ª ed. en castellano**. Editorial: Taurus, 2022.

JUN, S.-P.; YOO, H. S.; CHOI, S. Ten years of research change using Google Trends: From the perspective of big data utilizations and applications. **Technological forecasting and social change**, 130, p. 69-87, 2018.

JUNG, C. G. Aspectos do drama contemporâneo, Vol. X/2. : Petrópolis, Vozes 1988.

JUNG, C. G. **Os arquétipos e o inconsciente coletivo Vol. 9/1**. Editora Vozes Limitada, 2018. 8532645313.

JUNIOR, J. L. B.; TORRES, L. D. S. A. Memórias Coletivas: a expressão criativa de José Saramago como manifestação de imagens arquetípicas. **Revista de Administração do UNIFATEA**, 13, n. 25, 2022.

LASCH, C. A cultura do narcisismo. : Rio de Janeiro: Imago.(Original publicado em 1979) 1983.

PASOLINI, P. P. **Il fascismo degli antifascisti**. Garzanti, 2018. 8811603692.

POLLAK, M. Memória, esquecimento, silêncio. **Revista estudos históricos**, 2, n. 3, p. 3-15, 1989.

POLLAK, M. Memória e identidade social. **Revista estudos históricos**, 5, n. 10, p. 200-215, 1992.

REVONSUO, A. The reinterpretation of dreams: An evolutionary hypothesis of the function of dreaming. **Behavioral and Brain Sciences**, 23, n. 6, p. 877-901, 2000.

ROLLEMBERG, D. MEMORIAL DOS HERÓIS SILENCIOSOS (1933-1945. **Revista de História (São Paulo)**, 2021.

SEIFTER, A.; SCHWARZWALDER, A.; GEIS, K.; AUCOTT, J. The utility of “Google Trends” for epidemiological research: Lyme disease as an example. **Geospatial health**, 4, n. 2, p. 135-137, 2010.

VON FRANZ, M.-L. **O caminho dos sonhos**. Cultrix São Paulo, 1992.