

## A CIRCULAÇÃO DOS MITOS NAS REDES SOCIAIS: MITO OU REALIDADE?

*The circulation of myths on social networks: myth or reality?*

*La circulación de mitos en las redes sociales: ¿mito o realidad?*

Saran Coulibaly Cissoko<sup>1</sup>  
Tradução: Margot Dravet Xavier<sup>2</sup>

**Resumo:** A Internet e seus componentes representam a nova torre de Babel permitindo que a humanidade recupere o poder. Nessa nova configuração do mundo, uma pergunta é oportuna: a circulação dos mitos nas redes sociais: mito ou realidade? Sendo o mito sagrado uma história para dar sentido e coerência à aventura humana, há mutação, reescrita ou fagocitose? Este é o objeto de nossa reflexão comparativa.

**Palavras-chave:** Mito; Sociedade; Redes sociais; Reescrita; Comparatismo

**Abstract:** The Internet and its components represent the new Tower of Babel, allowing humanity to regain power. In this new configuration of the world, a question turns out to be timely: on the circulation of myths on social networks: myth or reality? Since sacred myth is a narrative that gives meaning and coherence to the human adventure, is there any mutation, rewriting or phagocytosis? This is the object of our comparative reflection.

**Keywords:** Myth; Society; Social networks; Rewriting; Comparatism

**Résumé:** L'internet et ses composantes représentent la nouvelle tour de Babel permettant à l'humanité de regagner en puissance. Dans cette nouvelle configuration du monde, une question s'avère opportune: de la circulation des mythes sur les réseaux sociaux: mythe ou réalité? Le mythe sacré étant un récit à donner sens et cohérence à l'aventure humaine, y a-t-il mutation, réécriture ou phagocytose? Tel s'annonce l'objet de notre réflexion comparative.

**Mots clés:** Mythe; Société; Réseaux sociaux; Réécriture; Comparatisme.

---

<sup>1</sup> Doutora em Literatura comparada, professora da Universidade Politécnica de Man, Abidjan, Costa do Marfim. saran.cissoko@univ-man.edu.ci  
| <http://orcid.org/0000-0003-1797-7793>

<sup>2</sup> Mestra em Psicologia. Bolsista do CNPq e Técnica em Pesquisa da Universidade Católica de Brasília, Brasília, Brasil. margotdx@gmail.com |  
<https://orcid.org/0000-0002-3219-2217>

**Introdução**

O surgimento das tecnologias de informação e comunicação foi acompanhado pela riqueza de uma maior transversalidade de todos os campos da atividade humana e, portanto, trouxe à tona novas problemáticas existenciais. Entre estas, não há dúvida da relação do imaginário construído por essas tecnologias com a experiência sensível da sociedade que elas influenciam de forma irredutível. Sabemos que não devemos confundir as realidades íntimas e necessárias da tecnologia e da sociedade com o risco de ceder a uma ideologia técnica que consistiria em “atribuir um poder normativo excessivo às técnicas de comunicação para se tornar o principal fator de organização e de sentido na sociedade” (WOLTON, 2009, p. 41).

Em termos de imaginário, nós nos referimos ao mito, um gênero complexo, com inúmeras definições que nos ensinam, entre outras coisas, que ele é uma construção imaginária que procura explicar fenômenos cósmicos ou sociais e que é, sobretudo, o fundamento de uma prática social em função dos valores essenciais de uma comunidade em busca de sua coesão. O mito é, portanto, um grande questionamento do humano sobre sua condição de ser efêmero que quer entender de onde vem, por que vive, como é sua vida aqui embaixo e o que lhe reserva seu itinerário final do lado de lá. Hoje, a sociedade se comunica à distância mais do que se reúne porque meios de comunicação poderosos foram projetados para tornar essa performance possível. Mas apesar do fato de que as pessoas se comunicam à distância, elas ainda vivem em sociedade, ainda têm as mesmas questões existenciais, os mesmos sonhos de poder e glória, as mesmas decepções e esperanças.

Assim, quando terminamos de apresentar este mapa existencial das sociedades contemporâneas que caíram sob o jugo do digital, é certo que não podemos evitar o problema

da imaginação coletiva e, portanto, do mito, ou seja, o problema de saber se existem mitos neste mundo escandalosamente comunicativo, se é um mito falar de mito em tal mundo, ou se os mitos circulam realmente. E a partir destas perguntas, surgem outras não menos importantes: se os mitos são uma realidade, eles são antigos ou novos? Como eles são construídos na comunicação digital e nas redes sociais, em particular? Qual é o valor desses imaginários digitais para sociedades que não têm mais um sentido de encontro e, portanto, de comunidade, mas sim de comunicação solitária em rede?

Para responder a estas perguntas, nos utilizaremos de um quadro comparativo e histórico para caracterizar o antigo mito; depois, para demonstrar os traços da persistência do mito nas redes sociais através dos temas, mitos, mitemas, símbolos e arquétipos específicos do mito; finalmente, para revelar a presença dos chamados mitos modernos.

### **Definição dos conceitos: o mito antigo e a comunicação digital**

Quando perguntado o que é um mito, Mircea Eliade responde: “Ele conta uma história sagrada; relata um evento que ocorreu no tempo primordial, o fabuloso tempo dos começos. Em outras palavras, o mito conta como, graças às façanhas de seres sobrenaturais, uma realidade surgiu” (ELIADE, 1963, pp.16-17)<sup>3</sup>. Quanto a Gilbert Durand, ele enfatiza que “Por mito entendemos um sistema dinâmico de símbolos, arquétipos e esquemas, um sistema dinâmico que, sob o impulso de um esquema, tende a ser composto em uma narrativa”

---

<sup>3</sup> Il raconte une histoire sacrée; il relate un événement qui a eu lieu dans le temps primordial, le temps fabuleux des commencements. Autrement dit, le mythe raconte comment grâce aux exploits des êtres surnaturels, une réalité est venue à l'existence. (ELIADE, 1963, pp.16-17)

(DURAND, 1984, p. 63)<sup>4</sup>. E Kakou Parfait Diandué acrescenta que: “O mito brota onde a razão humana encontra seus limites na explicação logico-racional do mundo, ainda que ele organize a estrutura do universo e torne inteligível a arquitetura dos lugares onde são gerados vidas e seres” (DIANDUE, 2010, p. 5)<sup>5</sup>. É inclusive por essas razões que Gaston Bachelard atribui um papel terapêutico ao mito. De acordo com o filósofo, ele tranquiliza a consciência humana de suas ansiedades e por seu caráter claro e obscuro ao mesmo tempo, por sua superdeterminação, ele reintegra o homem em seu universo, restabelecendo uma espécie de harmonia perdida entre o cosmo e a psique. Desta maneira de pensar, surge uma pluralidade de mitos, incluindo: a teogonia (narra o nascimento dos deuses), o mito escatológico (narra o fim do universo), a cosmogonia (narra a criação do mundo) e o mito de fundação (narra a fundação de uma comunidade ou de uma cidade).

Entre os personagens míticos temos, entre outros, Édipo, Sísifo, Hercules, Antígona, Homero e Zeus (no Ocidente), Ísis, a Rainha de Sabá, Ananse, Fara Maka, Mami Watta, Soundjata (na África). Progressivamente ao longo dos séculos, tem havido “uma desmitificação do mundo e do espaço social; os críticos inicialmente viram, na literatura e na arte, uma espécie de conservatório de mitos” (ALBOUY, 2012, p. 4)<sup>6</sup>. Em seguida, foi estabelecida a transição do literário para o digital. Como a escrita e a imprensa, a Internet mudou profundamente o ser humano, sua maneira de pensar e de se comunicar, ou seja, os componentes fundamentais de

---

<sup>4</sup> Nous entendons par mythe un système dynamique de symboles, d'archétypes et de schèmes, système dynamique qui, sous l'impulsion d'un schème, tend à se composer en récit. (DURAND, 1984, p. 63).

<sup>5</sup> Le mythe germe là où la raison humaine trouve ses limites dans l'explication logico-rationnelle du monde quand bien même, il organise la structure de l'univers et rend intelligible l'architecture des lieux de gestation des vies et des êtres. (DIANDUE, 2010, p. 5).

<sup>6</sup> une dé-mythologisation du monde et de l'espace social ; les critiques ont d'abord vu, dans la littérature et l'art, une sorte de conservatoire des mythes. (ALBOUY, 2012, p. 4).

sua existência. Agora tudo acontece na internet. A prova é a grande pluralidade de níveis de discurso, da tagarelice ao discurso acadêmico, da expressão íntima ao debate político, a diversidade de linguagens e estilos e, em consequência, a coexistência de uma grande variedade de status sociais. Isso cria as condições para inspirar visões de mundo, ideologias, cultos em rede e intercâmbios igualitários. A forma pela qual os seres humanos se comunicam, se informam, se encontram e até tecem suas relações amorosas é moldada por esses novos dispositivos virtuais. Todos os temas fundamentais de nossas existências estão ligados, de uma forma ou de outra, à Internet. Mendès e Quintin (2021, p. 8) sustentam que: “por meio de seu mecanismo contributivo e permanente, a Internet está sedimentando o conhecimento da humanidade”<sup>7</sup>.

As redes sociais, que são a manifestação concreta da Internet, designam um sistema informático que reúne pessoas virtualmente para que elas discutam, compartilhem fotos, documentos, informações, etc. Mendès e Quintin definem a rede social digital do ponto de vista da lógica técnica como “um serviço web que permite aos indivíduos construir um perfil, público ou não, criado por uma combinação de conteúdos e, por outro lado, articular este perfil com outros” (MENDES, QUINTIN, 2021, p. 38)<sup>8</sup>.

Alexandre Coutant e Thomas Stenger (2009) propõem uma abordagem complementar orientada por “utilizações” com foco na circulação da informação. De acordo com Coutant e Stenger (2009), as redes sociais digitais (RSD)<sup>9</sup> são serviços web que permitem aos indivíduos

---

<sup>7</sup> “de par son dispositif contributif et permanent, Internet sédimente le savoir de l’humanité” (MENDES ; QUINTIN, 2021, p. 8)

<sup>8</sup> “un service web permettant aux individus de construire un profil public ou non créé par une combinaison de contenu et, d’autre part, d’articuler ce profil avec d’autres” (MENDES, QUINTIN, 2021, p. 38).

<sup>9</sup><https://www.reseau-canope.fr/agence-des-usages/les-reseaux-sociaux-numeriques-rsn-pour-sinformer-une-proche-citoyenne.html>

construir um perfil público ou semipúblico dentro de um sistema, gerenciar uma lista de usuários com os quais compartilham um link, visualizar e navegar em sua lista de links e aqueles estabelecidos pelos outros dentro do sistema e, finalmente, as redes sociais fundamentam sua atratividade essencialmente a partir dos três primeiros pontos e não de uma atividade em particular.

As redes sociais se tornaram verdadeiras empresas de comunicação que atingem um público muito grande. Estes incluem o Facebook, WhatsApp, Twitter ou YouTube e seus produtos derivados. O mundo vive agora no ritmo de suas próprias criações e não há dúvida de que é, entre outros, aqui que ele reinventa velhos mitos e inventa novos.

### **Sobre a reminiscência de antigos mitos na comunicação digital**

Gilbert Durand, em um artigo publicado em 1978, já enfatizava algo de fundamental em relação à problemática da fortuna do mito em uma perspectiva diacrônica. Ele especificou que três processos podem definir o resultado dos mitos ao longo do tempo, que são a perenidade, as derivações e o desgaste. Através destes três conceitos, Gilbert Durand postula a capacidade do mito de experimentar ou uma estabilidade formal através de suas diferentes reescritas ou uma modificação de sua estrutura básica ou ainda uma estratificação da camada semântica assumida pelas metamorfoses subsequentes. Em todos os casos, trata-se de ver se há degradação ou perda de substância e decoração mítica (DURAND, 1996) através das diferentes reescritas. O processo de deterioração do mito sagrado começa com sua dessacralização. A existência do mundo não é mais vista através do prisma das cosmogonias

(especialmente nas sociedades ocidentais) e dos mitos fundadores, mas através das verdades científicas. A mitologia, que já esteve em toda parte, perdeu seu antigo valor simbólico; suas ficções se tornaram puramente ornamentais e não são mais do que uma linguagem tradicional convencional e desgastada. Hoje, o mito migrou para as redes sociais que o sustentam. Certamente ganhou em popularidade, mas perdeu em sacralidade.

Assim, por sua exemplaridade, mas também por sua natureza, que está na fronteira entre o real e o sagrado, o mito adquire uma importância que deriva de sua capacidade de responder a questões existenciais perante as quais as abordagens racionalistas apresentam limitações. A sobrevivência do mito, através da reescrita de seus mitemas, arquétipos e temas sobre redes sociais, responde a essa função do mito. Esses últimos, como principal meio de interação, assumem, portanto, certas características essenciais. Identificamos vários temas, como a busca do ser humano pelo conhecimento, a tentativa de ultrapassar sua condição, o gênio criador, designado pela figura central de Prometeu. Na verdade, quem é Prometeu? Ele é o herói “transmissor do fogo”, o titã da mitologia grega que roubou o fogo divino do mestre do Olimpo para oferecê-lo aos homens. Estes últimos eram desprovidos de fogo e viviam na ignorância, desordem e confusão. O gesto generoso do primeiro foi recebido com a terrível punição do segundo. Zeus o condenou a ser amarrado a uma pedra no Monte Cáucaso, tendo seu fígado devorado todos os dias por uma águia, porque se reconstituía todas as noites. O humanismo de Prometeu está no fundamento do digital, e mesmo das redes sociais; no que diz respeito à era das tecnologias de informação e da comunicação que vivemos, cada pessoa culta centraliza, à sua maneira, uma figura de Prometeu:

Assim, sob múltiplos aspectos, Prometeu tornou-se uma palavra geral, entendida por todos, sem que fique claro qual ser está sendo sensibilizado sob tão grande nome. Prometeu, uma figura paradoxal: um personagem forte, de valor emblemático, mas que se dispersa em múltiplas imagens. A percepção de Prometeu galvaniza porque com ele é "Eu persisto em existir, portanto persisto em criar, ... em criar a mim mesmo" (BACHELARD, 1988, p. 108).<sup>10</sup>

Prometeu encarna assim uma psicotecnologia de ultrapassagem de si mesmo. A imagem básica de Prometeu é o herói que roubou o fogo do céu para dá-lo à humanidade, convidando-a à autonomia e ao desenvolvimento. Como fogo é sinônimo de conhecimento ou tecnicidade, podemos citar claramente Bill Gates, o fundador da Microsoft, como um "Prometeu dos tempos modernos". Um gênio da programação desde cedo, ele se tornou um dos homens de negócios mais influentes do mundo. O principal negócio da Microsoft consiste em:

Desenvolver e vender sistemas operacionais, softwares e produtos de hardware relacionados. As melhores vendas históricas são impulsionadas pelos sistemas operacionais MS-DOS e Windows, e o pacote Office, que agora estão alimentando uma política de diversificação. O Windows alcançou uma posição dominante nos computadores pessoais, com mais de 90% de participação no mercado mundial<sup>11</sup>.

---

<sup>10</sup> Ainsi sous des aspects multiples, Prométhée est devenu un mot général, compris par tous, sans que l'on sache bien quel être on sensibilise sous un aussi grand nom. Prométhée, figure paradoxale: personnage fort, ayant valeur emblématique, mais qui se disperse en images multiples. La perception de Prométhée galvanise car avec lui c'est "je persiste à exister, donc je continue à créer, ... à me créer moi-même" (BACHELARD, 1988, p. 108).

<sup>11</sup> Développer et vendre des systèmes d'exploitation, des logiciels et des produits matériels dérivés. Les meilleures ventes historiques sont portées par les systèmes d'exploitation MS-DOS puis Windows, et la suite bureautique Office, qui alimentent à présent une politique de diversification. Windows a atteint une position dominante sur les ordinateurs personnels, avec plus de 90 % de parts de marché dans le monde. (<https://fr.wikipedia.org/wiki/Microsoft>).

A Microsoft é, portanto, líder em sua área. E seu fundador Bill Gates, que se tornou multimilionário, recebeu vários prêmios por sua contribuição para o desenvolvimento da humanidade. Junto com Bill Gates, podemos mencionar o gênio da computação Mark Elliot Zuckerberg. Em 2004, ele criou e dirigiu o Facebook, a primeira e maior rede social, com amigos. Milhares de pessoas se encontram lá todos os dias; é uma ferramenta que corresponde a todas as gerações e a todos a todas as classes sociais. Em termos de mensagens, o Facebook tem o Messenger. Em 2020, Mark Zuckerberg<sup>12</sup> comprou o WhatsApp e o Instagram, fazendo dele a primeira rede social com quase 2,3 bilhões de usuários ativos mensais e um lucro líquido crescente de 21%. Mendès e Quintin, especialistas em culturas digitais, revelam que um minuto na Internet corresponde a: “2704 novos usuários de TikTok, 393.518 fotos compartilhadas no Facebook, 150.000 mensagens compartilhadas no Facebook, 350.000 Tweets enviados, 2.083.333 snaps publicados no Snapchat, 41.666.667 mensagens enviadas no WhatsApp, 319 novos usuários do Twitter, 347.222 histórias publicadas no Instagram” (MENDES, QUINTIN, 2021, pp. 12-13)<sup>13</sup>.

O ato prometeico também sobrevive com Jeff Bezos, o fundador da Amazon, o maior supermercado do mundo, revolucionando as vendas online. Assim, um minuto online equivale a US\$ 283.000 em compras feitas na Amazon (MENDES, QUINTIN, 2021). Por terem perpetuado a ideia de oferecer conhecimento e meios materiais aos homens a fim de aliviar suas atividades humanas, Bill Gates, Mark Zuckerberg e Jeff Bezos, entre outros, são verdadeiras figuras

---

<sup>12</sup> <https://www.phonandroid.com/facebook-confirme-la-fusion-de-whatsapp-instagram-et-messenger-2020.html>

<sup>13</sup> 2.704 nouveaux utilisateurs de Tik Tok, 393.518 photos partagées sur Facebook, 150.000 messages partagés sur Facebook, 350.000 Tweets envoyés, 2.083.333 snaps publiés sur Snapchat, 41.666.667 messages envoyés sur WhatsApp, 319 nouveaux utilisateurs de Twitter, 347.222 stories publiées sur Instagram (MENDES, QUINTIN, 2021, pp. 12-13).

míticas contemporâneas. Além disso, estes heróis digitais, através de suas criações, estão assumindo e realizando o projeto utópico do Mundaneum<sup>14</sup> (o Instituto Internacional de Bibliografia [IIB]) da Bélgica. De fato, os fundadores deste museu, Paul Otlet (1868-1944) e Henri La Fontaine (1854-1943), tinham objetivos nobres: a ideia de que o conhecimento deve ser acessível a todos e todas, facilitar o acesso ao conhecimento e sua difusão, fazer um inventário de todos os conhecimentos registrados; para eles, os conhecimentos não deveriam estar ao alcance exclusivo dos estudiosos, mas sim ao alcance de todos. Os motores de busca Google, Bing e a enciclopédia Wikipédia se beneficiam assim dos primeiros sedimentos do conhecimento universal semeados pelo Mundaneum. Mais uma vez, esta é uma obra de demiurgo, uma ação prometeica.

Além da ação de multiplicar ou disponibilizar o conhecimento, há também a possibilidade de traduzir através da Internet todos os idiomas, em particular com plataformas de tradução como: DeepL, Google Tradutor, Reverso, Linguee, Systran, etc. Estas descodificações e traduções contornam o mito da maldição da Torre de Babel<sup>15</sup>. Uma das histórias mais famosas do Antigo Testamento, o mito relata que “A Terra inteira usava a mesma língua e as mesmas palavras” (v. 1, livro 11 Gênesis). Os homens, continua o texto, decidem se estabelecer em uma planície na terra de Shinéar, no sul da Mesopotâmia. É lá que eles decidem construir “uma cidade e uma torre cujo topo toca o céu”, *e se fazer um nome* “para não serem espalhados por toda a face da terra” (v. 4). Quando Deus descobre a torre que os homens estão construindo, ele fica com raiva, temendo que os homens ganhem mais poder: “Todos eles são um só povo

---

<sup>14</sup> [https://www.carhop.be/revuescarhop/wp-content/uploads/2021/12/20211217\\_Dyn17\\_GillenJ\\_VD.pdf](https://www.carhop.be/revuescarhop/wp-content/uploads/2021/12/20211217_Dyn17_GillenJ_VD.pdf)

<sup>15</sup> <https://www.reforme.net/eclairage-vocabulaire/2021/08/05/bible-que-nous-dit-le-recit-de-la-tour-de-babel/>

e uma só língua e esta é sua primeira obra! Agora nada do que eles planejarão fazer será inacessível” (v. 6). Deus decide então embaralhar a língua dos filhos de Adão; estes últimos, não mais se entendendo, param de construir a cidade e se dispersam “por toda a face da terra” (v. 7 e 8). Assim, torna-se normal que Bezos, Gates, Zuckerberg se tornem demiurgos porque conseguem reunificar as pessoas por meio da tradução universal; banindo as barreiras linguísticas. Eles estão, assim, desfazendo o mal causado à humanidade pelo Deus do Antigo Testamento. Os homens acabam de reconstruir a Torre de Babel e se anunciam mais poderosos do que nunca.

O que dizer sobre o novo “jardim de imagens” que circula nas redes sociais? Que ele também sinaliza a sobrevivência do mito do caos e do ritualismo. As imagens de guerras, cataclismos, fomes, vastos incêndios, execuções sumárias, acidentes mortais e violência endêmica são uma realidade nas redes sociais. À velocidade da luz, qualquer desastre é retransmitido e compartilhado por milhares de pessoas. A natureza instantânea da tecnologia digital e a densidade do compartilhamento instauram uma psicose e destilam uma metáfora do fim do mundo. Quanto ao rito, ele é um elemento essencial do mito sagrado. Ele se define como uma cerimônia solene inscrita na vida social ou religiosa de uma comunidade, durante a qual os participantes realizam práticas regulamentadas ou proferem discursos prescritos pela tradição. Referindo-se a isto, Wunenburger argumenta que o jogo ritual permite que o sagrado seja encarnado em um processo de representação para o qual a narrativa mítica se presta de bom grado. Mais adiante, ele argumenta que “o sagrado gera narrativas que são elas mesmas

dramatizadas e ensaiadas. Movimentos e atitudes corporais emprestam seu dinamismo e plasticidade à expressão litúrgica do sagrado” (WUNENBURGER, 1999, p. 22)<sup>16</sup>.

A rede social, por sua vez, ritualiza a vida dos homens. A referência já mencionada ao número de mensagens, opiniões, compartilhamentos ou publicações de um minuto online atesta a presença de ritualismo (MENDES, QUINTIN, 2021). O homem moderno pode passar um dia sem recorrer às redes sociais? Ele pode se dar ao luxo de não pertencer a nenhuma rede social? A resposta a estas perguntas provavelmente é não. Quando o homem moderno precisa de informação (em qualquer campo), aonde vai para encontrá-la? É online, em mídia digital, relativamente barato e com um imediatismo inimaginável. Qual é a ferramenta de comunicação mais acessível? As redes sociais, é claro. Na verdade, essas milhares de mensagens online são também saudações, informações, exortações, discursos entre milhares de pessoas, de todos os estilos de vida, de todas as condições e de todas as idades.

Para concluir essa questão, é necessário sublinhar a sobrevivência de outro mito. Trata-se do caráter hipnotizante e fascinante do olhar da Medusa. O herói grego Perseu é encarregado de uma missão: derrotar Górgona, a Medusa que petrifica qualquer um que encontre seu olhar. O rosto de Górgona, de fato, é a negação do olhar, porque ela recusa toda reciprocidade: “Encarar Górgona é, em seu olho, perder a visão, se transformar em pedra, cega e opaca” explica Vernant (1985, p. 5)<sup>17</sup>. No entanto, a Internet e especialmente as redes sociais também estão desenvolvendo uma grande capacidade de fascinar, atrair e até mesmo

---

<sup>16</sup> Le sacré engendre des récits qui sont eux-mêmes théâtralisés et répétés. Mouvements et attitudes corporelles prêtent leur dynamisme et leur plasticité à l'expression liturgique du sacré. (WUNENBURGER, 1999, p. 22).

<sup>17</sup> Dévisager Gorgô c'est dans son œil, perdre la vue, se transformer en pierre, aveugle et opaque. (VERNANT, 1985, p. 5)

enfeitiçar os usuários da Internet. Tornou-se uma droga moderna. Uma vez que nos conectamos, torna-se impossível nos desconectarmos. Os números falam por si: “Em 2021, havia 5,3 bilhões de usuários da Internet no mundo [...] os internautas passavam em média 6 horas e 56 minutos por dia conectados à rede, das quais 2 horas e 22 minutos eram dedicados às redes sociais [...]” (MENDES QUINTIN, 2021, p. 32)<sup>18</sup>. Em resumo, a humanidade está em vias de se tornar dependente e viciada em tecnologia digital.

### **Os novos mitos trazidos pela comunicação digital**

Após a desintegração dos pontos de referência culturais ou religiosos, o relativismo da ciência, a crise da ideia de progresso, e em vista de uma humanidade confrontada com fracassos ecológicos, econômicos e sociais, acreditava-se que o mito não contava mais para os homens. Mas “o homem moderno, que se sente e afirma ser religioso, ainda tem toda uma mitologia camuflada e muitos ritualismos degradados” (ELIADE, 1965, p. 173)<sup>19</sup> que correspondem a uma reatualização dos mitos ainda desempenhando o mesmo papel (função cognitiva, sociológica e psicológica, função de integração, explicação e legitimação). Seu papel não é apenas explicar fenômenos cósmicos ou sociais, mas sobretudo ser fundadores de uma prática social em função dos valores fundamentais de uma comunidade em busca de sua coesão.

---

<sup>18</sup> En 2021, le monde comptait 5,3 milliards d'utilisateurs d'Internet (...) Les internautes passaient chaque jour en moyenne 6h56 connectés au net, dont 2h22 consacrées aux réseaux sociaux (...) (MENDES QUINTIN, 2021, p. 32).

<sup>19</sup> L'homme moderne qui se sent et se prétend religieux dispose encore de toute une mythologie camouflée et de nombreux ritualismes dégradés. (ELIADE, 1965, p. 173).

Estes últimos prosperam mesmo nas novas formas que tomaram como mitos modernos, embora seu escopo não deva ser equiparado aos mitos fundamentais das sociedades passadas. O papel do mito é oferecer uma explicação de tons maravilhosos para alguns aspectos fundamentais do mundo e da sociedade; ao contrário do que se poderia pensar, o mundo moderno tem produzido tantos mitos quanto a antiguidade. Uma particularidade dos mitos é que eles servem como intermediários para expressar problemas universais e fundamentam o imaginário dos povos.

Aqui estão alguns deles: o mito do digital que se tornou tal por causa de seu destino extraordinário. A Internet se tornou um componente fundamental porque contém todo o conhecimento do mundo. O trabalho coletivo da Wikipédia é o exemplo mais revelador, com mais de 450 bilhões de páginas, e 20 bilhões de pessoas visitando o site a cada mês. Todos os setores de conhecimento e atividade estão, portanto, representados no site, o que é um fato da sociedade global. A tecnologia digital, através das redes sociais, responde a quase todas as questões existenciais do homem moderno. Por exemplo, em termos de buscas ou perguntas, em um minuto temos “5.171.940 buscas no Google, 231.481 solicitações no Siri, 208.333 participantes em videoconferências no Zoom, 1.388.889 chamadas de vídeo ou áudio”. (MENDES, QUINTIN, 2021, pp. 12-13)<sup>20</sup>.

Além disso, os séculos XIX e XX foram muito marcados pelas categorias: romances, teatro, poesia; mas no início do século XXI, a teia está criando novas formas de escrita que são muito mais livres, mais híbridas. Elas tomam a forma de redes, sites de escrita interativos, onde

---

<sup>20</sup> 5.171.940 recherches sur Google, 231.481 requêtes sur Siri, 208.333 participants à des visioconférences sur Zoom, 1.388.889 appels vidéo ou audio. (MENDES, QUINTIN, 2021, pp. 12-13).

a noção de autor desaparece, onde nada está separado e onde há uma unificação na criação. Exemplos incluem:

O *Tiers-Livre* de François Bon e suas oficinas de redação, mas também o formulário do blog de Eric Chevillard para *L'Autofictif* e finalmente, a *twittérature*, seu acesso livre e o *Institut de Twittérature Comparée*. Entretanto, notamos que esta participação pode ser reduzida, seja através da forma rígida proposta por E. Chevillard que permite o compartilhamento, mas não comentários, o acesso pago para a integralidade do *Tiers Livre* ou o ITC que produz sem compartilhar, e não joga com hashtags ou RT<sup>21</sup>.

De fato, a entrada da literatura em blogs e redes sociais nos últimos vinte anos permitiu gradualmente uma democratização da literatura, acessível a todos. Além disso, a transmissão através de redes sociais leva a uma literatura participativa. Uma das partes mais importantes do site é aquela dedicada às oficinas de redação, sejam elas temáticas ou realizadas conjuntamente por François Bon e seus leitores. Portanto, não é tanto a Web que muda o autor de literatura, mas o autor de literatura que usa a Web para abrir sua oficina de escrita a todos e para ter uma maior proximidade com seu público, no caso de François Bon e do *Tiers Livre*. Eric Chevillard testemunha isso, dizendo:

Tenho que admitir que a Internet oferece ao escritor a experiência sem precedentes de presença, o direto, aquele que parecia

---

<sup>21</sup> *le Tiers-Livre* de François Bon et ses ateliers d'écriture, mais aussi la forme de blog d'Eric Chevillard pour *L'Autofictif* et enfin, la *twittérature*, son accès libre et l'*Institut de Twittérature Comparée*. Cependant, on constate que cette participation peut se trouver réduite, que ce soit à travers la forme figée proposée par E. Chevillard qui permet le partage mais pas les commentaires, l'accès payant pour l'intégralité du *Tiers Livre* ou l'ITC qui produit sans échanger, et ne joue pas sur les hashtags ou les RT (<https://acolitnum.hypotheses.org/404>)

destinado a existir apenas contra o tempo de seus contemporâneos, como se estivesse vivendo como um fantasma, na névoa de uma indecível e sempre virtual posteridade. Paradoxalmente, portanto, é este mundo virtual da Internet que lhe permite tomar forma nos dias de hoje e viver a escrita como uma arte marcial, onde os reflexos contam tanto quanto a mediação. (CHEVILLARD In BOIZARD, 2016, s/p.)<sup>22</sup>

O mito moderno da literatura digital entra assim no panteão. O mito prospera hoje em dia graças ao alcance literário que advém através da pena dos autores. Uma literatura na qual o hibridismo se torna unidade. Esta dimensão mítica vem da capacidade da Internet de responder às questões humanas, uma verdadeira apropriação do mito se dá, através do prisma das preocupações contemporâneas.

Em último lugar, entre os modernos mitos que podem ser entendidos digitalmente estão certas marcas e produtos. Um exemplo é o mito da Coca Cola. É originalmente uma bebida americana, mas conquistou o mundo inteiro. O imaginário digital sustenta a ideia de que o refrigerante contém ácidos fortes o suficiente para dissolver um dente (ou um prego, um centavo ou um pedaço de bife) em um copo durante a noite. A Coca Cola Diet conteria realmente açúcar e a empresa só teria que pagar uma multa anual para continuar usando o engano. A Coca Cola supostamente contém dióxido de carbono, que pode matar se bebermos grandes quantidades. Um motorista de caminhão (ou, de acordo com outras versões da história, um estudante) foi

---

<sup>22</sup> Je dois reconnaître qu'Internet offre à l'écrivain l'expérience inédite de la présence, le direct, lui qui semblait voué à ne pouvoir jamais exister qu'à contretemps de ses contemporains, comme s'il évoluait de son vivant même à la manière d'un fantôme, dans la brume d'une indécidable et toujours virtuelle postérité. Paradoxalement, donc, c'est ce monde virtuel d'Internet qui lui permet de prendre corps dans l'époque et de vivre l'écriture comme un art martial, où le réflexe compte autant que la médiation. (CHEVILLARD In BOIZARD, 2016, s/p.)

vítima. Vídeos sobre a história do homem que inventou a Coca Cola<sup>23</sup>, ou a fórmula secreta da Coca Cola<sup>24</sup>, com milhares de visualizações, fazem desta marca um dos maiores mitos modernos digitalizados.

A Disney, pioneira em animação, é outro ícone do século XX. Sejam os estúdios ou o fundador, Walter Elias Disney, conhecido como Walt Disney (produtor, diretor, roteirista e animador americano), eles são objeto de um verdadeiro culto de várias gerações de jovens. Apesar da morte do fundador dos estúdios da Disney, o mito permanece<sup>25</sup>. Afirma-se que o fantasma da Disney pode ser visto em vários edifícios da Disneylândia, como a *Disney Gallery* de New Orleans, *Square* na Disneylândia ou o antigo bar *Sunkist*. Diz-se que a Disney é descendente de um dos feiticeiros de Salem, sendo sua mãe descendente do Reverendo G. Burroughs. Diz-se que Flora Call teve um antepassado que morava na região de Salem na época, mas a ligação não está claramente estabelecida e erros no que diz respeito à genealogia são possíveis. Diz-se que a Disney é uma Maçonaria Livre, a prova que vem principalmente do traje de Mickey, inspirada pelos aventais da confraria.

Falando da poética do fogo, Bachelard afirmou que “as grandes imagens se chamam, se sustentam umas nas outras, se fundem umas nas outras para, juntas, crescerem na ordem do magnífico” (BACHELARD, 1988, p. 98)<sup>26</sup>. O imaginário na rede social toma emprestado este mesmo entrelaçamento de imagens para dar origem ao mito do amor romântico online. “O amor

---

<sup>23</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=Bg6CqPv5qf0>

<sup>24</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=h9eNZo6Psts&t=62s>

<sup>25</sup> [https://fr.wikipedia.org/wiki/Liste\\_de\\_l%C3%A9gendes\\_urbaines#Autres\\_produits](https://fr.wikipedia.org/wiki/Liste_de_l%C3%A9gendes_urbaines#Autres_produits)

<sup>26</sup> Les grandes images s'appellent, se soutiennent l'une l'autre, se fondent l'une dans l'autre pour, ensemble, grandir dans l'ordre du magnifique. (BACHELARD, 1988, p. 98).

em um clique” é uma realidade, porque hoje em dia, o homem moderno se comunica cada vez mais online, por isso é evidente que ele teça, ali, relações amorosas. Muitos casais se conhecem através de sites de encontros e aplicativos. “Essas plataformas digitais são todas influenciadas por diferentes algoritmos, que governam cada vez mais nossa sexualidade” (MENDES, QUINTIN, 2021, p. 34)<sup>27</sup>.

Em 2019, os números sobre a participação da população que promove encontros online são significativos: “19% na China, 17% nos Estados Unidos, 14% no Canadá, 12% no Reino Unido, 11% na Espanha, 10% na Alemanha, 8% na França” (MENDES, QUINTIN, 2021, p. 12-13)<sup>28</sup>.

Nos Estados Unidos, por exemplo, enquanto em 1995 os casais heterossexuais se encontravam principalmente por intermédio de amigos, apenas 2% on-line, “em poucos anos, a Internet substituiu em massa esta sociabilidade, e em 2017, a maioria dos americanos se encontrava através de sites de encontros em plataformas digitais, 39%” (MENDES, QUINTIN, 2021, p. 15)<sup>29</sup>.

O amor carnal não é esquecido neste novo universo povoado por Cupidos e Afroditas. A plataforma *Pornhub*, com seus 42 bilhões de visitantes anuais, está no topo do consumo

---

<sup>27</sup> Ces plateformes numériques sont toutes influencées par différents algorithmes, qui régissent de plus en plus notre sexualité. (MENDES, QUINTIN, 2021, p. 34).

<sup>28</sup> 19% en Chine, 17% aux Etats-Unis, 14% au Canada, 12% au Royaume-Uni, 11% en Espagne, 10% en Allemagne, 8% en France. (MENDES, QUINTIN, 2021, pp. 12-13).

<sup>29</sup> en quelques années, Internet s’est massivement substitué à cette sociabilité, et en 2017, la majorité des américains se rencontrait via des sites de rencontre sur des plateformes numérique, soit 39% » (MENDES, QUINTIN, 2021, p. 15).

mundial de pornografia. Tem 219.985 visualizações em um minuto (MENDES, QUINTIN, 2021, p. 12).

A rede social cria e promove o mito do homem que começou do nada, esses “*self made man*” que se tornaram famosos e prósperos, embora nada lhes predissesse esse destino. Seus caminhos de carreira “extraordinários” os distinguem definitivamente do humano ordinário; e este destino excepcional os autoriza a se colocarem acima dos meros mortais. Quando levados ao contexto africano, surge um novo tipo de herói.

Por exemplo, o jovem empresário Ben Aziz Konaté<sup>30</sup>, que, a partir de 60.000frs, criou o império *volaille d'or* que atualmente vale um bilhão; da mesma forma, Aboubakar Karim<sup>31</sup>, fundador da *Invest*, está desenvolvendo soluções para o uso de drones na agricultura para obter imagens aéreas dos campos, tornando assim possível conhecer a área exata da superfície dos terrenos, simular e prever colheitas, diagnosticar parcelas afetadas por doenças e fornecer tratamentos fitossanitários; com apenas 23 anos de idade, ele acompanha quase 800 produtores. Ben e Aboubakar foram nomeados entre os 10 maiores empresários da Costa do Marfim. Eles alimentam o mito de “começar do nada para chegar ao topo”. De acordo com Jean-Loïc Le Quellec: “Eles são personagens reais, mas são mitificados, notadamente através da heroicidade. Eles entram no reino da lenda, e seu gesto, repetido mil vezes, adota clichês, figuras míticas” (LE QUELLEC, 2021, p. 237)<sup>32</sup>.

---

<sup>30</sup> <https://jeunes.ci/actualites/engagement-social-entreprenariat-portait/ben-aziz-konate-detudiant-fauche-entrepreneur>

<sup>31</sup> <https://savoirentreprendre.net/les-10-jeunes-entrepreneurs-ivoiriens-qui-vont-faire-bouger-lafrique-en-2019/>

<sup>32</sup> Ce sont des personnages réels mais mythifiés, notamment par l'héroïsation. Ils entrent dans le légendaire, et leur geste, mille fois répétée, adopte des clichés, des figures mythiques (LE QUELLEC, 2021, p. 237).

Com o surgimento da tecnologia digital, eclodiu um certo número de referências culturais que são específicas da Internet. Pensa-se nos memes (MENDES, QUINTIN, 2021), essas imagens virais que carregam significado e formam uma verdadeira linguagem com alcance universal. Ou, mais recentemente e em menor escala, o TikTok, que para as gerações mais jovens se tornou uma verdadeira máquina que estabelece tendências. As culturas digitais são um verdadeiro acontecimento da sociedade global.

## Conclusão

Mais de 50% da população mundial tem acesso à Internet e todos os países do mundo estão conectados à Web. No segundo trimestre de 2021, 60% da humanidade, ou 5,27 bilhões de pessoas, estão conectadas. O maior aumento em um ano ocorre entre 2020 e 2021, com 7% a mais de usuários de Internet na população mundial, em particular devido à pandemia do Covid-19 (MENDES, QUINTIN, 2021, p. 32). Em abril de 2021, “os internautas passavam em média 6 horas e 56 minutos por dia conectados à rede, das quais 2 horas e 22 minutos gastas em redes sociais” (MENDES, QUINTIN, 2021, p. 12-13)<sup>33</sup>.

Como amplificadoras desta sensibilidade da época, as redes sociais nos permitem observar os dinamismos imaginários graças aos quais eventos e figuras do passado vão além do *status* de ruínas para servir como fermentos eficazes para a refiguração de um tempo anterior. Este retorno do passado e seu imaginário espectral transmite a experiência através do

---

<sup>33</sup> Les internautes passaient chaque jour en moyenne 6h 56 connectés au net, dont 2h22 consacrés aux réseaux sociaux. (MENDES, QUINTIN, 2021, pp. 12-13).

uso da mitografia; em outras palavras, a escrita ou reescrita de mitos. O mito permanece presente em nosso mundo contemporâneo, e mantém uma função dentro de nossa sociedade. Assim como a riqueza da mitologia dos símbolos divinos e humanos é inesgotável, também as redes sociais digitais desenvolvem seus próprios mitos.

## REFERENCIAS

- Albouy, P. (2012). *Mythes et mythologies dans la littérature*. Armand Colin.
- Bachelard, G. (1988). *Fragment d'une poétique du feu*. PUF.
- Boizard, M. (2016). *Littérature et réseaux sociaux*. Blog. <https://acolitnum.hypotheses.org/560>
- Coutant, A., Stenger, T. (2009). Les configurations sociotechniques sur le Web et leurs usages: le cas des réseaux sociaux numériques. *7ème Colloque du chapitre français de l'ISKO, Intelligence collective et organisation des connaissances*, Lyon, France. pp.27-34.
- Diandué, K. P. (2008). La libation ou la symbolique de la recréation du monde, pour une mythologie de l'ordinaire. *Baobab* n.2, pp. 1-10. <https://www.revuebaobab.org/content/view/45/33/>
- Durand, G. (1978). « Pérennité, dérivations et usure du mythe », In *Problèmes du mythe et de son interprétation*, actes du colloque de Chantilly, 24-25 avril 1976. Les Belles Lettres.
- Durand, G. (1999). *Les structures anthropologiques de l'imaginaire*. Dunod.
- Eliade, M. (1963). *Aspects du mythe*. Gallimard.
- Eliade, M. (1965). *Le Sacré et le Profane*. Gallimard.
- Le Quellec J.-L. (2021). *Avant nous le déluge ! L'humanité et ses mythes*. Editions du Détour.
- Lévi-Strauss, C. (1958). *Anthropologie structurale*. Plon.
- Mendes, T., Quintin, L. (2021). *Internet : une infographie*. CNRS éditions.
- Vernant, J.-P. (1985). *La mort dans les yeux*. Hachette.
- Wolton, D. (2009). *Informar n'est pas communiquer*. Éditions du CNRS.
- Wunenburger, J.-J. (1999). *Le Sacré*. Puf.