

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO E ARTES
Departamento de Relações Públicas, Publicidade e Turismo
Curso: Cultura Material & Consumo – Perspectivas Semiopsicanalíticas

MARIA ROSA DA SILVA BARROS

**O Consumo Desmedido Em Redes Sociais:
uma revisão sistemática de seus antecedentes e
consequentes no comportamento humano.**

São Paulo - SP
2019

MARIA ROSA DA SILVA BARROS

**O Consumo Desmedido Em Redes Sociais:
uma revisão sistemática de seus antecedentes e
consequentes no comportamento humano.**

Trabalho de conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo da escola de Comunicações e Artes em cumprimento parcial, às exigências do Curso de Pós-Graduação – Lato Sensu, para a obtenção do título de Especialista em Cultura Material & consumo – Perspectivas Semiopsicanalíticas, sob a orientação do Professor Doutor/Livre Docente: Leandro Leonardo Batista.

São Paulo - SP
2019

MARIA ROSA DA SILVA BARROS

**O Consumo Desmedido Em Redes Sociais:
uma revisão sistemática de seus antecedentes e
consequentes no comportamento humano.**

Aprovado em: 05/11/2019

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Leandro Leonardo Batista
Orientador: Doutor pela University of North Carolina

Prof.^a Dr.^a Fani Hisgail
Avaliadora: Doutora em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade
Católica de São Paulo

AGRADECIMENTOS

Agradeço, em primeiro lugar a Deus, à Professora Maria Clotilde Perez, pela oportunidade em fazer parte da primeira turma deste curso de Pós-Graduação – Lato Sensu, Ao meu orientador Professor Leandro Leonardo Batista, por ter acreditado e confiado na minha capacidade de conclusão de tal projeto e pelo carinho e auxílio nas minhas fases de desespero. Em especial ao meu Filho Thiago Barros, pela paciência, compreensão e colaboração nesses 18 meses de muitos desafios.

RESUMO

O estudo, de caráter teórico, pretende uma análise sistemática sobre a influência do consumo desmedido em redes sociais, aqui delimitado em Facebook e Instagram. Para tal análise, o estudo se debruçou nas consequências antecedentes e descendentes das relações de adição de consumo e seus efeitos colaterais ao bem-estar psicossocial de tal consumo excessivo na ótica do comportamento humano. O balizador principal da análise ampara-se em um artigo científico publicado em janeiro de 2019, pela Revista Acadêmica – New Media & Society (Psychosocial well-being and social media engagement: The mediating roles of social comparison orientation and fear of missing out). O artigo aborda alguns direcionamentos relacionados ao bem-estar psicossocial e seus efeitos no contexto das influências provocadas pelas redes sociais. A bibliografia de apoio traz a base da natureza humana e respalda um dos principais desencadeadores de distúrbios - o Medo; ou melhor, ampliando o olhar, o medo de perder e como este vem afetando o bem-estar social e gerando patologias psicológicas, como ansiedade, depressão e solidão (afastamento social). Como a proposta do trabalho é uma reflexão de um cenário universal, intencionando a abrir novas reflexões e possíveis temas para estudos futuros. Vale ressaltar que para a análise das leituras e elaboração do constructo foram destinados a observação do comportamento humano sob as consequências do consumo desmedidos nessas redes virtuais (relações de adição), bem como as consequências que disparam novos distúrbio e patologias psicológicas influenciando as relações sociais, como a solidão.

Palavras-chave: Consumo Excessivo em Mídias Sociais; Comportamento Humano; Novas Configurações de Patologias do Comportamento Humano.

ABSTRACT

The theoretical study aims to systematically analyze the influence of excessive consumption on social networks, delimited here on Facebook and Instagram. For such analysis, the study focused on the antecedent and descending consequences of the addiction relations and its side effects to the psychosocial well-being of such excessive consumption from the perspective of human behavior. The main beacon of the analysis is supported by a scientific article published in January 2019 by the Academic Journal - New Media & Society (Psychosocial Well-Being and Social Media Engagement: The Mediating Roles of Social Comparison and Fear of Missing Out). The article addresses some directions related to psychosocial well-being and its effects in the context of the influences provoked by social networks. The supporting bibliography brings the basis of human nature and supports one of the main triggers of disturbances - the Fear; or rather, broadening the look; the fear of losing and how it has been affecting social welfare and generating psychological pathologies such as anxiety, depression, and loneliness - social withdrawal. This paper proposal is to think of a universal scenario, intending to open new reflections and possible themes for future studies. It is noteworthy that for the analysis of the readings and construction of the construct were intended to observe the human behavior under the consequences of excessive consumption in these virtual networks (addiction relations), as well as the consequences that trigger new disturbance and psychological pathologies influencing social relations, like loneliness.

Keywords: Excessive Consumption in Social Media; Human behavior; New Configurations of Human Behavior Pathologies.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	8
1.1 Origem do Estudo	8
1.2 Problema de Pesquisa	10
1.3 Objetivo	11
1.4 Justificativa	11
1.5 Metodologia	13
2. REVISÃO INTEGRATIVA (DEFINIÇÕES)	14
2.1 Cultura do Consumo	14
2.2 Mídias Sociais	15
2.3 Medo de Perder (FoMO - fear of missing out)	17
2.4 Teoria da Comparação	19
2.5 Adicção	20
2.7 Depressão	23
2.8 Solidão	24
3. CONSIDERAÇÕES FINAIS	26
REFERÊNCIAS	28

1. INTRODUÇÃO

1.1 Origem do Estudo

Desde os mais primórdios tempos, o ser humano apresenta uma característica ímpar: ser gregário por natureza e, assim sendo, traz em si a necessidade de se juntar aos demais do seu grupo em busca de um bem-estar social. Entenda-se bem-estar social como uma busca de vida saudável; Freud (2010) já assinalava a complexidade em se tratar o sentimento de forma científica – a concretização assinala-se na descrição de suas manifestações fisiológicas. Segundo Winnicott (1990), a saúde psíquica estar atrelada a crescimento emocional, à maturidade e à relação que o indivíduo estabelece consigo e com o meio ambiente.

O ser humano saudável é emocionalmente maduro tendo em vista que a sua idade no momento. A maturidade envolve gradualmente o ser humano numa relação de responsabilidade para o ambiente.
(WINNICOTT, 1990. p. 30)

A cultura contemporânea traz uma variante a mais: As Redes Sociais – estas diretamente ligadas ao comportamental do ser humano, no que tange às suas relações. Presentes nos meios de comunicação e expressão pessoal, reflete o aspecto psicológico do indivíduo.

Com o advento da tecnologia e solidificação da Internet 2.0, o conceito de mídias sociais ganha contornos mais sólidos, porém abrangentes, fazendo referência a todos os canais ou ferramentas capazes em disseminar conteúdos e mensagens com amplitude e linearidade, não delimitados no ambiente digital. As redes sociais na internet, como o próprio nome já sugere, abrangem relações entre as pessoas no meio digital.

Cipriani (2011) retrata aspectos sutis existentes nas nuances que delimitam as mídias sociais, apontando assim, indiretamente, que o uso incorreto ou desmedido das redes de relacionamentos pode trazer comportamentos nocivos.

A forma como a mídia social é vista e comunicada hoje nos passa uma ideia de que resultados rápidos, eficientes e sem esforço são inerentes a ela, mas a verdade é outra. O que muitos consideram ser as regras de funcionamento das mídias sociais não passa de um engano natural promovido pela própria internet. A facilidade de acesso à informação e as distâncias encurtadas pela rede nos fazem pensar que nada em termos de comunicação e troca de experiências será difícil como antigamente, especialmente com as mídias sociais. (CIPRIANI, 2011. p. 20)

Desponta, também, uma inflexão na relação com o consumo: podemos identificar compulsividade que venham a desencadear patologias do comportamento – um mal-estar difuso.

O estudo pretende uma revisão integrativa, com um breve olhar em duas grandes redes sociais (Facebook e Instagram), refletindo a sistemática existente entre a influência do consumo desmedido em redes sociais e o surgimento da necessidade, de alguns, em espetacularizar o seu cotidiano como forma de gozo - e apontar as consequências psicossociais desse comportamento.

O conceito de uma sociedade do espetáculo desenvolvido pelo teórico francês Guy Debord - “o espetáculo unifica e explica uma grande diversidade de fenômenos aparentes.” (DEBORD, 1967, p. 10) - embora desenvolvido na década de 60, é ainda muito aplicável, na medida em que sintetiza a mídia e uma sociedade de consumo organizadas em torno da produção e consumo de imagens, mercadorias e eventos sociais.

Em todo o mundo, hoje vivemos em uma sociedade conectada. Essa conexão cruza inúmeras variáveis; como tecnologia, cultura, economia, entretenimento, política e cultura. O atual cenário da humanidade encontra-se delineado por muitas experiências virtuais, desde a globalização e o acesso às tecnologias digitais, como o exponencial crescimento ao acesso de smartphones, tornou a vida humana e sua natureza, circunscrita no universo digital que hoje perpassa por quase, senão todas, as relações com o mundo macrossocial; como percebido por por Bauman (2001), o binômio tempo-espço está realmente fluído na contemporaneidade

Assim, esse consumo desmedido que aparece no contexto do comportamento humano contemporâneo abre diversos caminhos para a

investigação por diversas áreas do saber, com destaque especial do campo comportamental.

1.2 Problema de Pesquisa

O consumo desmedido em redes sociais (circunscrito neste trabalho ao Facebook e Instagram) vem delineando as primeiras correlações entre consumo x adição¹ no comportamento humano, equação cujos fatores podem afetar o bem-estar social, já que na relação com seu semelhante é possível o surgimento do medo de perder² e a necessidade de engajamento nas mídias sociais.

Ao contextualizar essa problemática, faz-se necessária uma breve explanação sobre as mídias aqui escolhidas para análise:

Facebook – em 2004, estudantes de Harvard criam uma rede social com o a finalidade de disponibilizar um espaço virtual de encontro e partilha de pensamentos, opiniões e cotidiano para os alunos daquela universidade. Chamada, em um primeiro momento, de Thefacebook.com, o seu acesso foi estendido ao Instituto de Tecnologia de Massachusetts, e a outros centros universitários. A rede social criada pretendia - e pretende até hoje - criar um espaço virtual onde pessoas possam se relacionar, trocar informações/opiniões e se divertirem através de um relacionamento social virtualizado -a missão divulgada pelo próprio Facebook é ‘Aproximar Pessoas!’. Hoje o Facebook reúne 2,3 bilhões de usuários diários, sendo que suas interações mais utilizadas foram criadas em meados de 2009/2010 – tanto o botão “curtir” quanto a possibilidade de criação de grupos. Um aspecto relevante a ser mencionado é que ao tratar a informação de forma apurada, a plataforma penetrou no mercado publicitário digital e, assim, começou a comercializar suas segmentações para anunciantes.

Instagram – Em 2010, Kevin Systrom e Mike Krieger desenvolvem uma rede social online a funcionalidade de compartilhamento de fotos com funções específicas. No mesmo ano, o aplicativo evoluiu e foi renomeado como Instagram, adicionando a possibilidade de conexões com outras redes sociais

¹ O conceito de “Adição” utilizado neste trabalho será desenvolvido no capítulo 2.5.

² O conceito de “Medo de perder” utilizado neste trabalho será desenvolvido no capítulo 2.3.

(ex.: Facebook e Twitter), ainda focado na veiculação de fotos e vídeos de curta duração. Posteriormente, foi adquirido pelo Facebook.

As mídias sociais digitais (Facebook e Instagram) surgiram em um momento onde temos uma sociedade globalizada balizada no consumo, no narcisismo e no espetáculo. As relações comumente são floreadas em autopromoção e, em algumas vezes, forjadas em uma “realidade” – nos fornecendo um material vasto para o estudo do conhecimento das consequências dessas relações no comportamento humano.

1.3 Objetivo

O presente trabalho visa observar aspectos presentes nas relações entre o consumo desmedido em redes sociais e patologias do comportamento humano que afetam o bem-estar social, como: solidão, ansiedade e depressão e como estas são potencializadas pelas variáveis que aparecem nessa relação, através do medo de perder - FoMO (fear of missing out) e o score em engajamento nas redes sociais digitais (através da teoria da comparação). Com essa reflexão, o estudo almeja abrir possíveis temas para pesquisas futuras no tema do consumo desmedido em redes sociais e suas consequências no bem-estar social do indivíduo.

1.4 Justificativa

A bibliografia sobre o consumo desmedido em redes sociais e suas consequências no comportamento humano - principalmente entre suas consequências na adolescência – carece ainda de literatura acadêmica na nossa língua materna.

Na contemporaneidade, a forma de se relacionar está sendo reconfigurada e atualmente vem sendo extremamente afetada pelas diversas formas de consumo e potencializada, pelas redes sociais. A adição aponta para três variáveis que afetam diretamente o bem-estar social: a solidão, a ansiedade e a depressão. Porém, por trás dessas variáveis, aparecem dois grandes e

complexos mediadores potenciais. O medo de perder e a necessidade de se engajar (sustentada pela teoria da comparação).

Segundo De Santi (2011) a compreensão do nascimento da atual cultura de consumo, tão presente nos dias atuais, necessita de um olhar apurado para enxergar em insumos imateriais as relações estabelecidas pelo consumo:

A conclusão a que se chega é que é próprio da natureza humana que cada um busque o que seja melhor para si, o que remete a um amor primeiro por si mesmo. Isto se refere tanto à autoconservação como à aquisição de bens que proporcionem prazer a cada indivíduo. A vida social deve levar em conta isso; sua razão de ser estaria profundamente ligada à produção e ao consumo de bens materiais. Teríamos aqui uma articulação entre a industrialização e o capitalismo em vias de explodir, e a constituição desejante e sempre insatisfeita do homem. É a esta constituição que aponta a questão do luxo: o ser humano, com sua capacidade de fantasiar, representa objetos novos ao seu prazer. [...] Essa discussão tem um interesse absolutamente imediato para a compreensão do nascimento da nossa cultura do consumo. (DE SANTI, 2011. p. 42)

O *medo de perder* está relacionado com um sentimento de que outros têm experiências muito mais gratificantes e prazerosas que o indivíduo, disparando um sentimento de exclusão, um desconforto, traduzido como uma detecção de que está se perdendo algo. O outro mediador que se encontra relacionado com a diminuição do bem-estar social é o *score* (ranqueamento) na comparação social, já que existe uma diferença individual na tendência da comparação de si com outros (semelhantes).

É sabido que o espetáculo existe desde da época pré-moderna: Grécia e Roma foram o berço dessa característica presente no comportamento humano. Hoje a própria globalização se difundiu através do espetáculo. O próprio entretenimento popular já se mostrava espetacularizado nas famosas olimpíadas gregas e na famosa constatação do “pão e circo” oriundo de Roma.

Agora, amparado pelo arsenal tecnológico existente, o espetáculo ganha um viés midiático e molda os contornos da sociedade e da cultura atual, através da produção, promoção e exibição de seu conteúdo imagético. Nesse momento aparece a primeira correlação entre o conteúdo e seu efeito no bem-estar psicológico. Como dissemos anteriormente, embora estudos sobre os

consequentes efeitos do consumo demasiado de mídias sociais estejam sendo desenvolvidos em nossa língua materna, as pesquisas são ainda muito incipientes, já que as amostras usadas ainda estão na categoria sub-ótimas na medida em que se baseiam em autorecrutamento e não são representativas. Por conseguinte, não basta só analisar as conexões entre o engajamento social e o bem-estar psicológico no indivíduo, mas também, os mediadores e moderadores existentes e/ou latentes nessa relação.

No prisma da sociedade imagética configurada, o que afeta o bem-estar no indivíduo? Como obter uma compreensão mais profunda dos mecanismos por trás dos comportamentos influenciados pelo consumo desmedido de tais mídias?

1.5 Metodologia

O presente estudo enquadra-se na categoria teórica, através de revisão bibliográfica e amparado no referencial teórico existente para os temas aqui presentes, que tem intenção de provocar futuros questionamentos oriundos das intercessões entre os diversos assuntos que estão afetando e moldando o comportamento humano na contemporaneidade.

As perguntas norteadoras desse estudo são:

- O consumo demasiado em mídias sociais está diretamente ligado a patologias do comportamento humano?
- As diminuições no bem-estar social estão relacionadas ao aumento no consumo de mídias sociais gerando assim, patologias do comportamento psicossocial (depressão, ansiedade e solidão)?

A escolha por essa articulação entre temas já consolidados e os novos parâmetros configurados na vida contemporânea almeja deixar reflexões e sugestões para temas para futuros estudos.

2. REVISÃO INTEGRATIVA (DEFINIÇÕES)

2.1 Cultura do Consumo

Segundo Bauman (2001), a observância do consumo como aspecto da cultura contemporânea vem como consequência da evolução da sociedade moderna, não da tradicional. Um reflexo esclarecedor ocorre quando o autor cita:

Rockefeller pode ter desejado construir suas fábricas, estradas de ferro e torres de petróleo altas e volumosas e ser dono delas por um longo tempo (...) Bill Gates, no entanto, não sente remorsos quando abandona posses que se orgulhava ontem; é a velocidade atordoante da circulação, da reciclagem, do envelhecimento, do entulho e da substituição que traz o lucro hoje – não a durabilidade e a confiabilidade do produto. (BAUMAN, 2001, p. 20-21)

Outra reflexão que podemos absorver de Bauman (2001) é a de que a modernidade mirava o futuro e, hoje, essa ideia de futuro pode ser classificada como uma ideia colapsada, onde a tensão aponta para um futuro inatingível, idealizado. Encontra-se um vazio no objeto desejado e neste a compulsividade em ser sempre desejado.

O consumo, no mundo contemporâneo, encontra dois balizadores que o alimenta. Segundo De Santi (2011), desejo e compulsividade são modos de trabalhar a passagem do mundo moderno para o contemporâneo, onde este (o consumo) torna-se um modo privilegiado de ganhar reconhecimento social e, também, um lugar privilegiado para viver a fantasia e o desejo; como resultado, o prazer, sendo algo que se encontra na esfera do sensorial, é efêmero. Barbosa e Campbell (2006) expressam, de forma eficaz, essa ideia quando definem:

Historicamente, as representações negativas do consumo são instauradoras do olhar ocidental sobre ele. Sócrates e Platão já discutiam as necessidades humanas básicas e fixas, e os males que advinham do consumo de bens supérfluos por aqueles que levavam uma vida luxuosa. Considerava-se que o consumo além do razoável afetava o caráter do homem. Enfraquecia-o, tornava-o covarde e fraco diante da dor. Por conseguinte, seria incapaz de defender a Polis, ou seja, um mau cidadão. Os romanos pouco se diferenciavam dos gregos em suas concepções sobre os malefícios do que consideravam consumo excessivo e luxuoso, e seu potencial emasculante para os homens. O consumo, além de ser enfermidade, no sentido de tornar um homem covarde,

corrompia seu caráter e, portanto, era dever do Estado zelar para que isso não ocorresse. (BARBOSA & CAMPBELL, 2006. p. 34)

A conclusão acerca do consumo é que este não é nada simples e tampouco superficial. Esse aspecto da cultura contemporânea é algo central e bastante subjetivo, uma vez que suas consequências estão na esfera da experiência e da vivência. O fechamento acerca do consumo pode ser encerrado com a reflexão de Barbosa e Campbell:

A pergunta “quem sou eu?” ainda continuará a incluir algumas definições básicas como sexo, raça, nacionalidade, etnia, religião. Mas o que gostaria de sugerir é que esses identificadores não são mais do que moldura de parâmetros daquilo que consideramos ser [...] pois a pessoa que nós realmente achamos que somos, o eu real se você preferir, se encontra em nossa mescla ou combinação especial de gosto. É aí que percebemos que nossa especificidade como indivíduos – nossa individualidade – realmente existe. [...] Contudo, se esse argumento é válido, isso significa que a proliferação de escolhas, característica da sociedade consumidora moderna, é essencial para que venhamos a descobrir quem somos. [...] A atividade de consumir pode ser considerada um caminho vital e necessário ao autoconhecimento. (BARBOSA & CAMPBELL, 2006. p. 52)

2.2 Mídias Sociais

O conceito de mídias sociais pode ser definido como uma tecnologia computadorizada que permite a criação, interação e compartilhamento de informações online e que abrange diferentes atividades que integram tecnologia e interação social numa resultante de fotos, vídeos, áudios ou uma simples ausência como forma de comunicar algo. Como espaço de expressão, as mídias sociais, se utilizadas de modo “saudável”, se transformam em verdadeiras plataformas onde a comunicação desempenha seu melhor papel.

No âmbito pessoal, o indivíduo personaliza o seu perfil de forma a comunicar/transmitir suas ideologias, gostos, afinidades, orientações etc. através de suas postagens; assim, encontrará grupos onde a reverberação encontrará seu eco, através dos recursos “curtir”, “seguir” “compartilhar”, dentre outros – a partir dessas conexões vão surgindo sua teia de engajamentos. Um emaranhado de significações dará identidade ao seu eu, de forma não-convencional. Vale ressaltar que como se trata de um local aberto e democrático, a possibilidade de feedback negativo é algo concreto e factível.

Os efeitos do vício em internet datam do século passado, onde estudos e pesquisas já formatavam e conceitualizavam suas consequências. Em 1982, o historiador Christopher Lasch já preconizava o cenário contemporâneo no livro “A cultura do Narcisismo”, onde definia o consumidor como sendo um produto das suas necessidades internas, fortemente influenciado pela publicidade (que já havia ganhado força, ascensão):

Em uma época mais simples, a publicidade meramente chamava a atenção para o produto e exaltava suas vantagens. Hoje em dia, ela propicia um produto próprio: o consumidor, perpetuamente insatisfeito, intranquilo, ansioso e entediado. A publicidade serve não tanto para anunciar produtos, mas para promover o consumo como um modo de vida. Ela “educa” as massas para ter um apetite inesgotável não só por bens, mas por novas experiências e satisfação pessoal. Ela defende o consumo como resposta aos antigos dissabores da solidão, da doença, da fadiga e da insatisfação sexual. (LASCH, 1982. p. 43)

Na contemporaneidade, encontramos a concretização do que foi assinalado ao longo da história. Com o indivíduo ao centro das atenções e do consumo, agora mais imaterial e volátil do que na época do fordismo - onde o consumo era materializado em objetos físicos e o consumidor era, apenas, elemento passivo - a produção do seu consumo agora se viabiliza de forma imagética e completamente amplificada pelas mídias sociais: “Isso quer dizer que ao lado ou atrás da visibilidade de uma imagem, emergem numerosas configurações que a acompanham e que os nossos olhos não veem” (BAITELLO JUNIOR, 2005, p. 45).

Na sociedade atual, podemos perceber a comunicação muito mais por meio de imagens do que escrita. Assim, a imagem tornou-se mediadora do processo de comunicar, se incorporando, ao dia a dia do indivíduo, contando sua história ou, ao menos, parte dela: o indivíduo como foco e sua retração realística – projetando noções de proporção e perspectiva da realidade, dando novos contornos ao social.

As redes sociais assumem o papel de amplificar e disseminar o lugar individual, no qual o ser projeta o seu consumo (desejo individual) para garantir lugar no social imagético existente nas mídias sociais:

Se o real está desaparecendo, não é por causa da sua ausência – ao contrário, é porque existe realidade demais. Este excesso de realidade provoca o fim da realidade, da mesma forma que o excesso de informação põe um fim na comunicação. (BAUDRILLARD, 2001, p. 72).

As redes sociais, como espaço de expressão pessoal, permitem ao indivíduo a utilização desta como plataforma eficaz para uma comunicação positiva e precisa dos seus melhores aspectos, um verdadeiro catálogo de identidade na construção do seu “eu” configurado pelo ambiente, ao mesmo tempo que configura esse ambiente. A interação, ainda que complexa, entre o indivíduo e as mídias sociais na maioria das vezes cria um vazio existencial, tanto pelo ritmo acelerado e quanto pela ausência de plenitude, onde o “eu” nunca será completo e pleno e, assim, poderá se tornar seu maior inimigo.

Sigmund Freud, em 1910, desenvolveu a “Teoria das Pulsões” – em relação às pulsões do *eu*, estas visam a autoconservação do indivíduo, e as sexuais visam a sua plenitude na busca do objeto faltante - essa teoria pode apontar para as justificativas patológicas.

2.3 Medo de Perder (FoMO - fear of missing out)

Antes da definição sobre “medo de perder”, é necessária uma breve contextualização sobre o que representa o medo no comportamento humano.

O medo não é uma particularidade do ser humano, sendo encontrado em muitas espécies de animais. É essencial à sobrevivência, representando uma reação a uma situação de perigo, seja ele imaginário ou real - nesse nível não é definido como patologia social. Quando enquadrado em uma patologia do comportamento humano, é denominado fobia, segundo Paulo Dalgarrondo:

O medo não é uma particularidade humana. Podem-se verificar ações amedrontadas em diversas espécies de animais. De fato, o medo é fundamental para a sobrevivência, seja qual for o grau de complexidade da forma de vida animal. É uma reação a uma situação de perigo (real ou imaginário). [...] São medos determinados psicopatologicamente, desproporcionais e incompatíveis com as possibilidades de perigo real oferecidas pelos desencadeantes, chamados de objetos ou situações fóbigenas. Assim, o indivíduo tem um medo terrível e desproporcional de entrar em elevador, de gatos ou de contato com pessoas desconhecidas. (DALGARRONDO, 2018. p. 171)

Com isso, nos indagamos: o que representa desproporcional? O que poderá ser aceito como medo? E até qual intensidade é aceito como normal?

Freud, na obra “Inibições, sintomas e ansiedade” (1926), apresenta o caso do pequeno Hans para iniciar a composição da estruturação humana, capaz de explicar a origem do medo: o garoto era devastado por um forte medo de cavalos a ponto desse medo impedi-lo de sair de casa na fantasia de que seria atacado pelo animal. Freud chega à conclusão de que o cavalo está associado à figura paterna através de um diagrama em que o Pequeno Hans, ao passar pelo período edipiano, desenvolve sentimentos ambivalentes de amor e ódio pelo seu Pai; dessa forma ele associa a imagem paterna à semelhança de um cavalo. É esse deslocamento, portanto, que tem o direito de ser denominado de sintoma, e que, incidentalmente, constitui o mecanismo alternativo que permite um conflito devido à ambivalência ser solucionado sem o auxílio da formação reativa³.

Na psicanálise, sendo a figura paterna responsável pelo processo de castração, o medo terá sua origem na angústia original da castração – responsável pela formação do “eu”. Para melhor exemplificar, vale recorrer ao original de Freud:

De acordo com os pontos de vista psicanalíticos mais recentes, o aparelho mental compõe-se de um ‘id’, que é o repositório dos impulsos instintuais, de um ‘ego’, que é a parte mais superficial do id e aquela que foi modificada pela influência do mundo externo, e de um ‘superego’, que se desenvolve do id, domina-o e representa as inibições do instinto que são características do homem. A qualidade da consciência, também, conta com uma referência topográfica, pois os processos no id são inteiramente inconscientes, ao passo que a consciência é a função da camada mais externa do ego, que se interessa pela percepção do mundo externo. (FREUD, 1926. p.256)

Portanto, podemos entender que o medo não pode ser definido apenas como fundamental à sobrevivência humana, mas também representa aspectos

³ Formação Reativa - Atitude ou hábito psicológico de sentido oposto a um desejo recalcado e constituído em reação contra ele (o pudor opondo-se a tendências exibicionistas, por exemplo). Em termos econômicos, a formação reativa é um contra investimento de um elemento consciente, de força igual e de direção oposta ao investimento inconsciente. As formações reativas podem ser muito localizadas e se manifestar por um comportamento peculiar, ou generalizadas até o ponto de constituírem traços de caráter mais ou menos integrados no conjunto da personalidade. Do ponto de vista clínico, as formações reativas assumem um valor sintomático no que oferecem de rígido, de forçado, de compulsivo, pelos seus fracassos acidentais, pelo fato de levarem, às vezes diretamente, a um resultado oposto ao que é conscientemente visado. (PONTALIS, Jean-Baptiste; LAPLANCHE, J. Vocabulário da psicanálise. São Paulo: Martins Fontes, 2001)

de constituição da personalidade do ser. O medo, como definido pela psicanálise, pode ser pensado` como uma peça que compõe o sujeito. As relações que este (sujeito quando ainda em formação) estabelecerá com o mundo externo representarão traços no psiquismo constituído desse sujeito e estes modelarão o *eu* e o *super-eu*. As deformações que aqui surgirem provocarão a angústia que desencadeará o medo (como uma consequência), apresentado, assim, este como um sintoma – que só será enquadrado, pela psicanálise como fobia quando em níveis inaceitáveis pela sociedade, rotulado como psicopatologia.

2.4 Teoria da Comparação

Desenvolvida por Leon Festinger, a teoria da Dissonância Cognitiva contempla as consequências psicológicas das expectativas não confirmadas. Ele também explica a necessidade existentes, no ser humano, em procurar uma coerência entre suas cognições (aqui representada pelo conhecimento, opinião ou crença). No momento em que encontra uma incoerência entre a atitude ou comportamento com o padrão esperado ou desejado, constata-se a dissonância.

Festinger (1957) revela que quando o indivíduo passa por um conflito no qual possui um comportamento ou opinião que não condiz com o que ele pensa sobre si, ocorre a dissonância. Através da teoria da comparação social, o indivíduo, ao comparar-se com seus semelhantes, aumenta a confiança e reduz a incerteza a cerca do mundo que o rodeia. O processo, quando consciente, permite ao indivíduo obter informações mais apropriadas e informativas sobre si mesmo. As comparações podem ser: ascendentes – quando estabelecida com indivíduos que são considerados superiores; poderão estar amparadas do autoengrandecimento – busca obter ou manter uma imagem positiva de si mesmo; ou ainda, descendentes - quando a comparação estabelecida tem o contraponto com indivíduos inferiores (TAYLOR & LOBELI, 1989).

Segundo os autores, Wood, Taylor & Lichtman (1985) são as comparações descendentes que geram mais sentimentos positivos, principalmente em indivíduos sob stress. Os domínios que abrigam os itens de comparação trazem uma grande variedade de aspectos, como imagem corporal,

hábitos alimentares, opiniões e aptidões pessoais, dentre outros. No universo do processo de comparações, as ascendentes são as mais prejudiciais, na medida que há maior probabilidade de provocar consequências negativas, já que tendem a desencadear sentimentos de baixa autoestima, inveja e frustração (MORSE & GERGEN, 1970; MARSH & PARKER, 1984).

Embora seja uma característica presente em todos os indivíduos, o processo de comparação nunca se apresenta de forma igual: apesar de ser espontâneo, acaba por ser individualizado. Segundo (BUUNK & GIBBONS, 2006; GIBBONS & BUUNK, 1999) o grau, a frequência e as consequências da comparação social variam e pessoas com alta orientação para a comparação social tendem a pensar sobre si mesmas na presença de outros, a ser empáticas e sensíveis às necessidades dos outros e a possuir uma baixa autoestima. Esses pontos acabam por determinar os resultados em que pessoas assim são mais suscetíveis aos resultados das comparações sociais.

2.5 Adicção

Por que adicção e não vício? A palavra vício é o contrário de virtude; no entanto, adicção traz em seu contexto uma relação de dependência, onde o indivíduo perde o controle sobre a administração da sua relação com o objeto-droga. Os primeiros constructos sobre adicção foram encontrados em Abraham (1916), onde ele delimita os primeiros contornos do tema através de um caminho interrelativo inicial dos fenômenos da adicção. As primeiras observações de Abraham ocorreram com a observação de caso onde se registrava a compulsão por comida - suas pesquisas evoluem e começam a observar, também, o alcoolismo e a toxicomania. Segundo o autor: “o comportamento dos pacientes desta espécie, que anseiam por comida em curtos intervalos de tempo, é extraordinariamente similar ao dos morfinômanos e de uma boa quantidade dos dipsomaníacos” (ABRAHAM, 1916, p. 66).

As primeiras delineações da abordagem psicanalítica proposta por Abraham não conseguia estabelecer uma distinção nítida entre inclinação normal e hábito, ambos sustentados pela compulsão patológica. O autor conclui seu ensaio ao afirmar que “a reação de uma pessoa à frustração de uma fonte

de prazer à qual se ache morbidamente fixada apresentará um cunho patológico, e ela formará sintomas neuróticos” (ABRAHAM, 1916, p. 72).

Ainda na época dos primeiros conceitos a cerca da adicção, outro autor que corrobora com início desta teoria é Winnicott, quando em seu artigo “Os objetos e fenômenos transacionais”, enfoca a relação do bebê com o seu dedo (e os que adquirem o hábito de chupá-lo e com outros objetos, como o primeiro cobertor, o bichinho de pelúcia abraçado ao dormir, a chupeta, dentre outros – estabelecendo assim a primeira possessão do não-eu.

[...] é evidente que aqui algo mais é importante além da excitação e satisfação orais, apesar de que estas possam ser a base de todo o resto. Diversas outras coisas importantes podem ser estudadas, tais como: a natureza do objeto; a capacidade do bebê de reconhecer o objeto como não-Eu; a localização do objeto (fora, dentro ou na borda); a capacidade do bebê de criar, inventar, projetar, originar e produzir um objeto; e a iniciação de uma forma afetuosa de relação de objeto. (WINNICOTT, 1951. p. 230).

Ao final do artigo o autor escreve algumas suposições sobre a teoria dos objetos transacionais para a psicopatologia e declara que “a adicção pode ser formulada como uma regressão ao estágio inicial no qual os fenômenos transacionais não são contestados” (WINNICOTT, 1951. p. 242). Sua declaração parece confusão e desconexa até a publicação da nova versão do seu artigo original em 1971, onde o autor que complementa a teoria através do que mais tarde se tornaria o primeiro capítulo do seu livro, onde acrescenta o viés que trata a psicopatologia dos fenômenos transacionais através do caso: “menino do cordão”: um menino que tinha verdadeira obsessão por tudo que remetesse ao tema “cordão” (laços, nós, ioiô, chicotes etc). Analisando o menino e sua família, Winnicott descobre que a mãe havia passado por um longo período de depressão, sendo assim afastada do convívio, físico e emocional, com o filho. Em observação e associações, o autor faz a leitura que a problemática da separação era negada, pelo menino, através do uso de cordões. Trabalhando com a mãe, foi solicitado que a mesma introduzisse a problemática com o filho para o mesmo iniciasse seu processo de elaboração, o que resultou em um processo de desaparecimento do sintoma. O uso do cordão representava uma técnica de comunicação, na medida em que ligava as relações com sua mãe; seu exagero indicava insegurança ou falta de comunicação. Como o processo

de depressão e desestruturação familiar perdurou, o ‘menino’ transfere seu objeto (antes o cordão) para o uso de drogas.

O autor nos faz refletir que a origem e o desenvolvimento da adicção, no caso do ‘menino do cordão’, teve origem na infância, onde a transferência para o objeto (cordão) e sua obsessão representava justamente a falta que buscava ser negada pelo hiperinvestimento na relação com o objeto.

Na revista científica “Ciência e Cognição (2006)”, Rolnik e Sholl-Franco complementam um aspecto interessante encontrado – não só as drogas (álcool, nicotina, cocaína etc) elevam os níveis de dopamina no núcleo *Accumbens*, considerado o “centro do prazer” e localizado na posição central e interior do cérebro, constituindo a principal parte do estriado ventral com funções relacionadas com a recompensa, o prazer, o vício, o risco, o medo ou a agressão, sendo uma das estruturas mais importantes no sistema límbico (SCHWIENBACHER, FENDT, RICHARDSON & SCHNITZLER, 2004), mas também atividades como jogos, esportes e redes sociais foram identificadas como atividades que geram situações e substâncias neuroquímicas comuns, parecendo explicar as fontes de adicção. Ainda segundo os autores, “a adicção pode ser compreendida como um estado de desregulação do sistema de recompensas em que o ponto de ajuste está patologicamente deslocado.” (ROLNIK & SHOLL-FRANCO, 2006. p. 148)

2.6. Ansiedade

Abordar aspectos do comportamento humano é algo complexo, tanto pela extensão como pela plenitude que tal conceito abraça. As palavras proferidas para designar sentimentos encontram-se amplamente correlacionadas ao comportamento humano. Segundo Skinner,

[...] todas as palavras usadas para designar sentimentos começam por metáforas e é significativo que a transferência sempre tenha sido do público para o particular. Nenhuma palavra parece ter sido originalmente cunhada para denominar um sentimento. (SKINNER, 1989. p.8)

Quando se fala em ansiedade, no viés da psicologia, é muito comum encontrar várias divergências pelo fato dos autores abordarem o conceito sob

diferentes percepções. Segundo Pessotti (1978, p. 97), “a evolução cultural impõe a cada período histórico um dado conceito dominante de ansiedade, seja ele clínica ou filosófico ou filosófico-clínico)”. No contexto da ansiedade, encontramos um estado de mente evasivo, apreensivo e constantemente preocupado com o futuro. Mas, segundo Santos (2000), ainda se encontram

[...] manifestações objetivas da ansiedade são inespecíficas e comumente estão associadas a diversos estados emocionais, tais como, medo, expectativas, ira, entre outros. Essas manifestações são as reações físicas sentidas pelas pessoas, dentre algumas, podemos citar: sudorese, taquicardia, tremores, calafrios etc” (SANTOS, 2000. p. 189).

Uma constatação existente entre os diversos autores aponta para o fato de que as alterações fisiológicas têm significação/importância na detecção da patologia, porém não podem ser definidoras da ansiedade. Assim sendo, o diagnóstico deverá ser amparado em análises clínicas e fisiológicas, além de variáveis às quais o sujeito encontra-se exposto. A complexidade em definir a patologia em um contexto exato, existe desde tempos remotos. Karl Jaspers (1978, p. 17) registrava em seu livro, tal dificuldade ao relatar o conceito que definiria o homem psicicamente enfermo: “Por isso a atitude fundamental é estar aberto para todas as possibilidades de investigação empírica. É resistir a toda tentativa de reduzir o homem [...] a um denominador comum.”

O tamanho e a estrutura dos círculos sociais no qual o indivíduo encontra-se inserido, bem como o engajamento que este possui com esse círculo influenciam nas patologias da ansiedade e depressão. Hopko, McNiel, Zvolensky e Eifert (2001, p. 196) destacam que “o indivíduo ansioso se torna mais vulnerável ao tipo, intensidade e número de estímulos, que eliciam uma resposta emocional negativa”.

2.7 Depressão

O termo depressão vem do latim: *de* (baixar) e *premere* (pressionar), significando “pressão baixa” ou “abatido”, indicando uma baixa das sensações prazerosas a nível afetivo no indivíduo. Normalmente a depressão aparece associadas a outros sintomas patológicos como alteração no apetite, alteração no sono, humor apático, angustia, dentre outros. Assim sendo, segundo a World

Health Organization (2016), a depressão é constatada em meio uma combinação de fatores biológicos, psicológicos e sociais, devendo ser detectada e tratada pela psiquiatria, conforme afirma Leguil (1996, p. 12)), “O problema da depressão - é que ela é plena de significação: ‘o mundo é triste’, ‘minha mulher me abandonou’, ‘meus filhos não me amam’, ‘meu chefe me persegue’ etc”.

2.8 Solidão

Embora a palavra solidão traga um contexto intuitivo, sua etimologia vem da palavra ‘só’ a qual tem sua origem no latim e pode significar ‘desacompanhado’. A complexidade em estabelecer uma definição se faz tão presente como nas outras patologias anteriormente citadas (ansiedade e depressão). Pode-se estabelecer como um fenômeno complexo de significado amplo e subjetivo. Neto (2000) registra que apesar de vários autores tentarem definir a solidão em um conceito único, até hoje não há registro de um conceito (fechado) que seja aceito mundialmente, pelos profissionais da área (que tratam a solidão).

Segundo Peplau e Perman (1982, cit. por Neto, 1992; 2000) nas definições atribuídas à solidão, há três aspectos comuns que são partilhados por outras definições presentes na literatura:

- A solidão é uma experiência subjetiva que pode não estar relacionada com o isolamento objetivo.
- Esta experiência subjetiva é psicologicamente desagradável para o indivíduo.
- A solidão resulta de uma forma de relacionamento deficiente.

Montero y Lopez e Sánchez Sosa (2001, p. 21) definem a solidão como “[...] um fenômeno multidimensional, psicológico e potencialmente estressante; resultado de carência afetiva, sociais e/ou físicas, reais ou percebidas, que tem um impacto diferencial sobre o funcionamento da saúde física e psíquica do sujeito”.

A cultura contemporânea agrega a esse cenário uma variável a mais: o individualismo narcisista, produzindo no homem, a solidão, a sensação de vazio, de falta.

A falta ou, melhor dizendo, a suposta falta, levará a comportamentos ligados ao consumo, tais como comprar e comer. Trata-se de ingerir, de se completar, de tentar preencher o que lhe falta, ou o vazio, gênese de baixa autoestima de um mundo individualista que dá lugar à solidão (MOREIRA, 2002, p.143).

Algumas pesquisas apontam para o viés em que, a solidão associada à depressão tem significado ambíguo: tanto é causa como consequência; tanto é sintoma como é origem, nesse sentido, se debruça a análise desse estudo uma vez que esses três sintomas se aglutinam e, por muitas vezes se confundem na fusão (confusão) dos sintomas gerados pela ansiedade, depressão e solidão.

O uso desmedido de redes sociais começa a figurar em pesquisas que apontam para suas consequências no comportamento humano, no que tange ao seu bem-estar social. A ansiedade, a depressão e a solidão vem sendo observadas como determinantes no tamanho e na estrutura dos círculos sociais do sujeito. Dois balizadores aparecem para “fortalecer” esta estrutura: o nível de engajamento nas redes sociais e o Medo de perder (fear of missing out) – que também pode ser entendido como *medo de não pertencer*.

Pesquisas recentes veem apontando para padrões de perfis onde o uso desmedido em redes sociais foi correlacionado com a diminuição de bem-estar social. Assim, a adicção em redes sociais reflete consequências/alterações nos mais diversos setores da vida individual do sujeito.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através do estudo da doença, chega-se ao conhecimento de muitas coisas importantes a respeito da saúde. Mas a noção médica de que a saúde é uma relativa ausência de doença não é suficientemente boa. A palavra saúde possui seu próprio significado positivo, fazendo com que a ausência de doenças não seja mais o ponto de partida para uma vida saudável. (WINNICOTT, 1990. p.21).

O presente trabalho teve como gatilho o artigo “Psychosocial well-being and social media engagement: The mediating roles of social comparison orientation and fear of missing out”, publicado na revista científica *New Media & Society* em janeiro de 2019, onde estudos que trazem constructos mais elaborados nessa temática - as redes sociais influenciando o comportamento humano e determinam seu nível de bem-estar social – foram ali relatados.

Foi constatada a existência de vasta bibliografia que abordam, de forma isolada, cada um dos temas aqui presentes; mas a intersecção e, por conseguinte, uma análise nessa fatia onde os temas se cruzam, ainda se identifica um campo carente de pesquisa na nossa língua materna.

A mediação da teoria da comparação, aqui demonstrado através do *score* em comparação social e o medo de perder (*pertencer*) foram os balizadores que fundamentaram as associações entre o uso demasiado de redes sociais e patologias do comportamento, como ansiedade, depressão e solidão.

O estudo encontrou algumas limitações, como a carência de pesquisas empíricas sobre o tema na língua portuguesa e, também, pelo fato do comportamento do sujeito ser algo complexo e único; ainda que no universo do comportamento existam aspectos comuns à raça humana, fatores externos vão serão sempre experimentados de forma única.

A proposta foi estruturada com o objetivo de instigar futuros estudos que farão (de forma científica) uma análise onde a diminuição do bem-estar social encontra-se correlacionada com o nível de engajamento em redes sociais e

como esses mediadores (*score* de comparação social e medo de perder) afetam o bem-estar social do sujeito.

O medo de perder (*fear of missing out*) é um mediador com características recentes. Embora o medo tenha sido estudado e pesquisado no passado, essa nova nuance vem se configurando após a popularidade/fácil acessibilidade às redes sociais.

Por meio desta compilação bibliográfica sobre os temas que circundam o comportamento humano e as consequências descentes da utilização demasiada em redes sociais, há indicação de que as reduções nos níveis de bem-estar social do sujeito são afetadas pelo seu nível de engajamento em redes sociais, considerando o fato dos mediadores (comparação social e medo de perder) respaldarem a conexão entre o bem-estar e o nível de engajamento em redes sociais.

Ressalta-se ainda o aparecimento de mais um ponto a ser investigado: a conexão indireta entre o desconforto psicossocial e o nível de engajamento com o indivíduo. Existe uma carência de pesquisa na mensuração do nível de engajamento em redes sociais na literatura brasileira.

Se por um lado foi evidenciado que indivíduos com depressão acessam mais as redes sociais na tentativa de reduzir a auto incerteza (BUTZER & KUIPER, 2006; GIBBONS & BUUNK, 1999), por outro não foi comprovado se o medo de perder poderia ser um dos fatores que compõem o círculo prejudicial do uso desmedido em redes sociais. Este poderia ser causa e efeito à exposição nas redes sociais, tendendo assim a diminuição nos níveis de bem-estar social.

Outro aspecto que também poderá ser investigado em futuros estudos é sobre os recursos existentes nas redes sociais que possam potencializar o suporte social e assim, aumentar a satisfação com a vida.

Apesar das pesquisas entre as interfaces sociais e saúde mental ser um campo ainda pouco explorado na nossa literatura, a reflexão aqui apresentada aponta sua importância essencial nos próximos anos.

REFERÊNCIAS

ABRAHAM, K. (1916). O primeiro estágio pré-genital da libido. In: ABRAHAM, K. **Teoria psicanalítica da libido**. Rio de Janeiro: Imago, 1970.

BAITELLO JUNIOR, N. **A era da iconografia**: reflexões sobre imagem, comunicação, mídia e cultura. São Paulo: Paulus, 2014.

_____. **A era da iconografia**. São Paulo: Hacker, 2005.

BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

CIPRIANI, F. **Estratégia em Mídias Sociais**: como romper o paradoxo das redes sociais e tornar a concorrência irrelevante. São Paulo: Deloitte, 2011.

DEBORD, Guy. **Society of the Spectacle**. Detroit: Black and Red, 1967.

DE SANTI, P. Desejo e adição nas relações de consumo. São Paulo: Zagodoni, 2011.

FESTINGER, L. A theory of social comparison processes. **Human Relations**, n. 7, 1954, pp. 117-140. doi: 10.1177/001872675400700202

FREUD, S. Inibições, sintomas e ansiedade (1926a). In: SALOMÃO, Jayme. (Org.). **Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud**. Rio de Janeiro: Imago, 1996.

_____. Psicanálise (1926b). In: SALOMÃO, Jayme (Org.). **Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud**. Rio de Janeiro: Imago, 1996

GIBBONS, F., & BUUNK, B. Individual differences in social comparison: Development and validation of a measure of social comparison orientation. **Journal of Personality and Social Psychology**, n. 76, 1999, pp. 129-142.

GURFINKEL, D. **A pulsão e seu objeto-droga**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 1996

HOPKO, D.R., MCNAIEL, D. W., ZVOLENSKY, M. J. & EIFERT, G.H. The relation between anxiety and skill in performance-based anxiety disorders: A behavioural formulation of social phobia. **Behavior Therapy**, n. 32, 2001, pp. 185-207.

LASCH, C. **A cultura do narcisismo**. Rio de Janeiro: Imago, 1983.

MARSH, H., & PARKER, J. Determinants of student self-concept: Is it better to be a relatively large fish in a small pond even if you don't learn to swim as well? **Journal of Personality & Social Psychology**, n. 47, 1984, pp. 213-231.

MONTERO, M.; SANCHEZ, J. La soledad como fenómeno psicológico: um análisis conceptual. **Salud Mental**, México, v.XXIV24, n.1, 2001, pp.19-27.

MOREIRA, V; SLOAN, T. Personalidade, Ideologia e Psicopatologia Crítica. São Paulo: Escuta, 2002

MORSE, S., & GERGEN, K. J. (1970). Social comparison, self-consistency, and the concept of self. **Journal of Personality and Social Psychology**, n. 16, 1970, pp.148-156.

PESSOTT, I (1978). **Ansiedade**. São Paulo: EDU

ROLNIK, A.; SHOLL-FRANCO, A. As profundezas do vício: " Quando eu quiser, eu paro!". **Ciências & Cognição**, v. 9, 2006, pp. 146-149.

SANTOS, A. Modelo comportamental da ansiedade. In: R. R. KERBAUY (Ed.). **Sobre comportamento e cognição**: Vol. 5. Santo André: SET., 2000. pp. 189-191.

TAYLOR, S., & LOBEL, M. Social comparison activity under threat: downward evaluation and upward contacts. **Psychological Review**, n. 96(4), 1984, pp. 569-575. doi: 10.1037/0033-295x.96.4.569

WINNICOTT, D. **A natureza Humana**. Rio de Janeiro: Imago Editora, 1990.

_____. **Through paediatrics to psychoanalysis:** collected papers. London: Karnac, 1992.

_____. (1971). Transitional objects and transitional phenomena. In: WINNICOTT, D.W. **Playing and reality.** London: Routledge, 1996.

WOOD, J., TAYLOR, S., & LICHTMAN, R. Social comparison in adjustment to breast cancer. *Journal of Personality & Social Psychology*, n. 49, 1985, pp. 1169-1183.