

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES (ECA-USP)
DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS, PUBLICIDADE E
TURISMO (CRP)**

PALOMA GABRIELLE DOS PASSOS
No USP 11980530

**REDES SOCIAIS COMO EXTENSÃO DA VIDA: ALGUMAS
CONSEQUÊNCIAS PSICOLÓGICAS SOFRIDAS PELOS IMPACTOS
DAS REDES**

SÃO PAULO
2021

PALOMA GABRIELLE DOS PASSOS

**REDES SOCIAIS COMO EXTENSÃO DA VIDA: ALGUMAS
CONSEQUÊNCIAS PSICOLÓGICAS SOFRIDAS PELOS IMPACTOS
DAS REDES**

Monografia apresentada ao Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, em cumprimento parcial às exigências do curso de pós-graduação - especialização, para obtenção do título de especialista em “Cultura Material e Consumo: perspectivas semiopsicanalíticas”, sob orientação do Prof. Dr. Pedro de Santi.

SÃO PAULO

2021

PASSOS, Paloma Gabrielle dos

Redes sociais como extensão da vida: Algumas consequências psicológicas sofridas pelos impactos das redes.

Monografia apresentada ao Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo para obtenção do título de especialista em “Cultura Material e Consumo: perspectivas semiopsicanalíticas”.

Aprovada em:

Banca Examinadora

“É que narciso acha feio o que não é espelho.”

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos que, em algum momento, passaram por meu caminho, me incentivando e motivando nas buscas por minhas análises, realizando trocas de referências e insumos que me trouxeram ao encontro do que experiencio hoje.

Agradeço as incríveis aulas que fomos privilegiados em vivenciar, aos meus professores do curso de Cultura Material e Consumo por transmitirem o melhor de si de forma tão dedicada durante essa trajetória de dois anos, e por terem sido tão copiosos em seus ensinamentos durante esse momento de pandemia a qual surpreendeu a todos nós, tendo-nos de nos reinventarmos. A professora Maria Clotilde Perez, pela oportunidade e generosidade em compartilhar o melhor de si à seus alunos, nos possibilitando a vivência nesse curso em que encontramos olhares tão humanos ao que chamamos de consumo.

Agradeço aos meus colegas de turma por dividirem seus sentimentos e sonhos durante essa trajetória, e a meus colegas da vida onde, por muitas vezes, me inspiraram.

Agradeço à minha família por depositarem esperança em mim, por apoiarem minhas vontades e por serem a base da paciência que muitas vezes me falta, aos meus pais, Antonio e Alexandra, por crerem em mim quando nem eu mesma sou capaz, ao meu irmão, Jhonathas, por me enxergar como a mesma que sempre fui, à minha tia, Andrea, que é motivação para minha vida acadêmica, sendo a primeira de nossa família a ingressar em uma universidade. Influenciando durante toda minha trajetória, e que hoje se encontra em plena recuperação e estável após 3 longos meses de internação decorrente de Covid-19, podendo hoje estar agradecendo a essa conquista junto a mim.

Por fim, mas com meu mais sincero agradecimento, ao meu orientador, Pedro de Santi, professor ao qual é minha referência desde o primeiro dia de aula, compartilhando sua incrível linha de pensamento, onde observo com muita admiração, que com muita paciência e empatia me apresentou os melhores caminhos para a construção dessa tese, trazendo seu olhar atento e sensível para a construção dessa conversa.

RESUMO

Este estudo busca compreender como se estabelece a relação humana com o digital, e como a partir disso as relações podem ser afetadas, quais são as consequências do digital para o real, se existem consequências e como se dão as relações humanas através desse contexto. Através de teorias psicanalíticas, a autora busca o entendimento sobre como as redes sociais e seu consumo podem interferir nas demais camadas da vida de seus usuários, analisando se existe de fato consequências e quais são elas. Do digital para o real, mas ainda quando o digital segue sendo o real, não existindo duas vidas, então tudo é questão de uma única vivência por diferentes canais de experiências.

Palavras-chaves: Relações humanas; Digital; Real; Redes sociais.

ABSTRACT

This study seeks to understand how the human relationship with the digital is established, and how this relationship can be affected, what are the consequences of the digital for the real, if there are consequences, and how human relationships are given through this context. Through psychoanalytic theories, the author seeks to understand how social networks and their consumption can interfere in other layers of the lives of their users, analyzing if there are indeed consequences and what they are. From the digital to the real, but still when the digital remains the real, there are not two lives, so everything is a matter of a single experience through different channels of experiences.

Keywords: Human relations; Digital; Real; Social networks.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Comportamento em relação a curtidas	21
Figura 2: Vacinação, postar para tornar real.	27

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	10
2. DESENVOLVIMENTO	11
2.1. Formação de Identidade e Construção do Eu.....	11
2.2. Como surgem as Redes Sociais.....	14
2.3. Cultura do cancelamento	18
2.4. Fomo (<i>Fear Of Missing Out</i>).....	23
2.5. As Redes Sociais Pós-Pandemia Covid-19: Análise e Debate	25
3. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	29
REFERÊNCIAS	31

1. INTRODUÇÃO

“Embriagamo-nos hoje em dia da mídia digital, sem que possamos avaliar inteiramente as consequências dessa embriaguez. Essa cegueira e a estupidez simultânea a ela constituem a crise atual” (HAN, 2018, p. 10).

Essa monografia é um convite a repensarmos nossos consumos virtuais, e como estabelecemos nossa relação com as redes sociais, até onde ela é uma ferramenta de conversa com nossos conhecidos, um facilitador da vida e encurtador de caminhos, coisas que sim, os avanços e possibilidades que o digital nos permite são incontestáveis, mas nesse trabalho, buscamos compreender quais são os gatilhos disfarçados através dessas facilidades.

O estudo surge de um questionamento sobre o senso de disponibilidade e urgência que adquirimos ao estarmos “*online*”, sobretudo posterior a vivência de trabalho remoto em decorrência do Covid-19, trabalho esse que não seria possível sem os avanços tecnológicos existentes. Mas buscamos compreender a relação humana com as mídias e quais camadas da vida a ela são sensíveis e se podem desencadear alterações.

Durante esse trabalho estabeleceremos como é percebida as redes sociais para o Eu, através da psicanálise, e através desse viés vamos adentrar alguns temas pertinentes sobre a vida nas redes, assuntos esses que estão em constantes análises, mas que queremos compreender quais caminhos essa conversa apresenta.

No desenvolvimento, será abordado, no capítulo 1, a formação de identidade e construção do eu, onde será aprofundado essencialmente na construção do sujeito; no capítulo 2, será falado como surgem as redes sociais, apresentando uma breve introdução de sua origem e o início da vida social na internet; no capítulo 3 será definida a chamada cultura do cancelamento, como esta surge, como pode afetar o alvo, e quais são as pessoas passíveis a esse movimento; no quarto capítulo, será abordado sobre o *FOMO* (*fear of missing out*), em tradução livre, medo de perder, que é a sensação de perder algo estendendo o virtual para o real; no quinto e último capítulo, será falado sobre as redes sociais pós pandemia Covid-19, as principais mudanças, e como é percebido esse movimento.

2. DESENVOLVIMENTO

2.1. Formação de Identidade e Construção do Eu

Lacan (1966) descreve a experiência do Eu ao se reconhecer como indivíduo através do estádio do espelho, onde na realidade para existir o Eu, é necessário haver o outro. Me reconheço como imagem, uma vez que projetado no outro, ao perceber um terceiro, noto-me como sujeito, entendendo que existem essas similaridades.

Se não houvesse um espelho não seríamos capazes de nos notar, se não pelo outro, por isso nos enxergamos através do olhar do outro, lugar esse que parte do julgamento, através do reconhecimento, o espelho é o processo de formação do eu, que se dá a partir da identificação de si mesmo, eu, mas ao mesmo tempo o outro, a palavra-chave para o processo do eu, é o reconhecimento. Para o autor:

(...) o filhote do homem, numa idade em que, por um curto espaço de tempo, mas ainda assim por algum tempo, é superado em inteligência instrumental pelo chimpanzé, já reconhece não obstante como tal sua imagem no espelho. Reconhecimento que é assinalado pela inspiradora mímica. (...) Esse ato, com efeito, longe de se esgotar, como no caso do macaco, no controle - uma vez adquirido - da inanidade da imagem, logo repercute, na criança, uma série de gestos em que ela experimenta ludicamente a relação dos movimentos assumidos pela imagem com seu meio refletido, e desse complexo virtual com a realidade que ele reduplica, isto é, com seu próprio corpo e com as pessoas, ou seja, os objetos que estejam em suas imediações (LACAN, 1966, p. 97).

Questionado por outros filósofos que expressaram preocupação em interpretar a ideia de um "espelho" muito literalmente, Lacan mais tarde mudou de "o espelho" para o "comportamento de espelhamento". Dito isso, Lacan baseou a ideia do Estádio do Espelho em uma série de discursos pré-existentes (alguns dos quais envolviam um espelho real, como fora mencionado) investigando a questão de como um distingue entre o Eu e o outro e chega à consciência ou à plena realização do Eu (JORGE, 2017).

O Estádio do Espelho leva à formação de um indivíduo, agora separado (socializado) do cuidador principal. Esta dupla divisão da criança da mãe e da criança de sua imagem ou de outros produz o Eu e o ego ideal que por sua vez produzem o imaginário e o ideal do ego ou o Outro (DUNKER, 2019).

O Eu é constituído através do outro, assim como para haver luz precisamos da escuridão, para nos reconhecermos com criatura no universo, necessariamente o outro precisa estar em contato com o Eu, para a partir disso entender qual o limite de um para outro.

Para Freud (1909-1910) o Eu, ao absorver uma informação, instantaneamente o reconhece, mesmo que não inteiramente, passando por um processo de sentido, somando a mente aos pré-conceitos, informações antes já compreendidas e armazenadas, através de ideologias, experiências e conhecimentos prévios, a toda informação estamos prontos a reconhecer e tentar encaixá-la em interpretações, buscando sentido. O ego não suporta o vazio por isso sempre assimila a algo.

O novo é sempre novo, mesmo assim ele é interpretado como algo prévio já vivenciado em encontro do reconhecimento. O ego é responsável por garantir controle até mesmo para o que ainda não se conhece, não se compreende, garantindo então de alguma forma o reconhecimento dessa informação, assimilando ao lugar de confortável, indo de encontro a assimilação.

O Eu, está sempre contra si mesmo, há algo em mim muito consciente sobre meus desejos e outra parte de mim consciente sobre o que está inconsciente, a sensação é de sempre estar perdendo algo, sempre estar deixando um ponto exclusivo que ainda não é descoberto, mas gera conflito.

O inconsciente seria o infantil, mais exatamente, aquela parte da pessoa que então se separou dela, não acompanhou o desenvolvimento posterior e por isso foi reprimida. Os derivados desse inconsciente reprimido seriam os elementos responsáveis pelo pensar involuntário em que consiste o seu sofrimento. (FREUD, 1909-1910, p. 21).

O inconsciente, ainda para o autor, passa da condição de apêndice da consciência à estrutura particular e determinante da subjetividade, o sujeito se torna cindido em duas formas de funcionamento, a consciente e a inconsciente.

Uma criança ainda em seus primeiros meses não é capaz de configurar todas as imagens e movimentos ao seu entorno, tudo não passa de um conjunto de borrões, formas, cores e objetos ao qual ainda não soube decodificar e agrupar para tornar algum sentido da mensagem sobre aquilo. Não sabendo então diferenciar o que é Eu, e o que é o outro, não configura e reconhece as limitações impostas.

Quando então por volta de seus 8 meses de vida, essas limitações de formas começam a ter lugares mais estruturados para o sujeito, que passa a entender que para além de si existem outros, e a partir disso reconhece a estrutura de si. A formação do Eu só se forma a partir do outro. A criança que até então acreditava ser extensão da mãe, começa a reconhecer o outro com suas próprias vontades e limitações, Freud, explica essa relação através do narciso “Reprime o amor à mãe pondo a si mesmo no lugar desta, identificando-se com ela e tomando sua própria pessoa como modelo” (FREUD, 1909-1910, p. 119).

O Eu, busca sempre ser o centro do olhar do outro, quando não exercemos esse lugar criamos a angústia, e a partir disso o ciúme, a angústia passa a ser o gozo dessa relação. Fazemos essas ligações automática e inconscientemente, e definimos então querer criar nossas próprias relações e deixar de ser dependente da narrativa do outro (HOMEM, 2020).

A relação com o outro funciona como que a um espelho, ao notar o outro busco aquilo em mim, reconhecer e buscar esta mesma característica, para notar-me como sujeito. A partir de então nasce consigo a comparação, nos comparamos por pedaços aos outros, através de traços e características físicas, mas isso perdura por toda a vida, partindo para comparações para os demais âmbitos, buscando o reconhecimento e validação, ansiando por admiração.

“Narcisismo não seria uma perversão, mas o complemento libidinal do egoísmo do instinto de autoconservação, do qual justificadamente atribuímos uma porção a cada ser vivo” (FREUD, 1914-1916, p. 10).

Quando nos fazemos sujeito, e pouco a pouco entendemos nossa relação entre o eu e o outro, entendemos que não somos extensão da mãe, e sim outro ser, constatando que temos falas, vontades, e também a travessia edípica que para além do Eu, existem outros *Eu's*, e que esses outros são ainda mais diversos, diferentes e com desejos.

Aqui é quando entendemos que, para além de nós, existe um universo inteiro e que não tem nada em comum comigo, essa constatação do outro nos choca, porque não somos acostumados a aceitar o diferente, como que para além de mim existem outros e que ainda não são sequer parecidos.

2.2. Como surgem as Redes Sociais

Ferreira (2011) busca compreender como surgem as redes sociais, e para isso, a origem da palavra, derivada do latim como “espécie de malha formada por um entrelaçado de fios, cordas, arames ou outro material; Pode significar, também, conjunto de pessoas, estabelecimentos ou organizações que trabalham comunicando entre si;” (FERREIRA, 2011, p. 210)

Entendendo também quais foram os primeiros movimentos no tempo, percebidos para o que hoje conhecemos por redes sociais, para Ferreira (2011), Stanley Milgram (1967) é o responsável por um dos maiores estudos observados.

Um dos primeiros, seguramente um dos mais importantes, estudos quantitativos de estrutura de redes sociais foi levado a cabo por Stanley Milgram (1967), um psicólogo social e professor de Harvard. Milgram (1967) lançou-se em um experimento social com o objetivo de encontrar a distância entre duas pessoas quaisquer nos EUA, sendo que a pesquisa consistiu em enviar cartas a várias pessoas em Nebraska, solicitando-lhes que as remetessem para outras pessoas residentes em Massachusetts. Como condição, as pessoas deveriam sempre passar as cartas em mãos para alguém que conhecessem

pelo primeiro nome, que, por sua vez, fariam o mesmo com outras pessoas de suas relações pessoais que fossem capazes de alcançar os destinatários, ou seja, as cartas deveriam chegar ao seu destino diretamente ou via a opção amigo de um amigo. O número médio de pessoas para fazer chegar uma carta ao alvo foi de 5,5, que arredondado é 6 - os famosos seis graus de separação. (FERREIRA, 2011, p. 212).

Rede social para além do virtual, são redes de convívios “é uma estrutura social composta por indivíduos, organizações, associações, empresas ou outras entidades sociais” (FERREIRA, 2011, p. 213)

No início dos anos 2000, após a massificação da internet, surgem ferramentas de interações sociais, o meio de conexão de comunicação entre círculos de amigos e profissionais de trabalho. Os usuários, aqui, compartilhavam um pouco de si, se descrevendo com algumas características e se conectando com pessoas conhecidas.

As ferramentas de interação social têm seu início de ascensão após a criação do *MySpace*, que é considerado um dos pioneiros em multimídia, onde possibilitava os usuários a compartilhar fotos, vídeos, músicas, textos e participar de fóruns, onde aqui conseguiam se conectar com pessoas para além de seus vínculos iniciais, e encontrando usuários por territórios de afinidade, como músicas, moda e características de identidade (RECUERO, 2014).

Desde o início das redes sociais ela se estabeleceu em um lugar de afinidade para os usuários através de vínculos. Sua experiência era baseada nos assuntos de interesses. Na rede social *Orkut*, além das amizades, era possível participar de comunidades, onde mesmo pessoas desconhecidas poderiam se encontrar e conectar através dessa premissa. Essa foi uma herança que se findou para as demais redes, mas que chegou como ponto forte no *Facebook*, a ferramenta que então viria para revolucionar a forma de interação social, mas mantendo o lugar de afinidade como ponto crucial (BASTOS et al., 2018).

Em 2005, com a chegada do *Facebook*, a teoria da rede social permanecia com a mesma proposta das apresentadas anteriormente, conectar e criar vínculos com pessoas conhecidas, mas para além disso, ao se inscrever na rede você era

questionado por quais eram seus assuntos de interesse, isso é que o chegaríamos perto de entender sobre algoritmo hoje. Algoritmo é o fator responsável por filtrar os conteúdos que temos mais interesse, um *software* que monitora toda interação e consumo enquanto conectados (GILLESPIE, 2014).

Ainda de acordo com o autor, os algoritmos de recomendação mapeiam nossas preferências em relação a outros usuários, trazendo ao nosso encontro sugestões de fragmentos novos ou esquecidos da cultura. Eles gerenciam as nossas interações em sites de redes sociais, destacando as novidades de um amigo enquanto excluem as novidades de outro.

E é através do famoso “*like*” (marca registrada da ferramenta) que é possível filtrar os conteúdos de maior interesse dos usuários, fazendo com que assuntos sejam recebidos e entregues aos mais interessados, ampliando os conteúdos com maior receptividade para camadas além dos círculos de amizade. O *like* ou *deslike* dita em tese como as pessoas devem ser, e o que é relevante para elas produzir (CASTELLS; MAJER, 2013).

Isso é a base para entendermos como hoje são estabelecidas as interações e qual o padrão de interação que se estendeu para o consumo de conteúdo e usabilidade nas redes sociais.

Após determinar um padrão de uso que gerou boa receptividade com os usuários, o *Facebook* aprimora sua ferramenta de forma constante, sempre entendendo o comportamento humano que se estabelece e assim como entende e aprimora, cria-se uma relação ferramenta e usuário, porque já não se lê mais como ferramenta, e sim como uma extensão dos próprios recursos (RECUERO, 2014).

Ao categorizarmos quais conteúdos gostamos mais, ativamos um ranqueamento, onde todos são passíveis de estarem ao topo, mas rapidamente alguns usuários mapeiam esses conteúdos que são mais engajadores e encontram a ascensão através disso. Esses usuários são denominados ao que conhecemos hoje como “influenciadores” por serem pessoas que conquistaram visibilidade, e, com isso reconhecimento através de suas interações (MAHON, 2021).

Qual a mensagem que queremos mostrar para o mundo sobre aquilo, ou para nós mesmos? Talvez como registro do que estamos construindo e que a cada ano, as redes sociais nos lembram sobre esse feito. Nesse sentido, se assemelha a um diário.

São infinitas as possibilidades das redes sociais. As redes, a todo momento, comunicam, seja o usuário consigo mesmo, com seus colegas e até mesmo, sem se expressar, já está sendo engatilhado como receptor de mensagens. “A comunicação digital é uma comunicação pobre de olhar” (HAN, 2018, p. 47).

Apesar de ser uma comunicação distante, não conseguimos captar sinais e expressões que presencialmente nos alertaria sobre como o outro está recebendo essa mensagem. Somos seres comunicáveis, através da língua, gestos, falas, sinais, percepções, símbolos. De forma consciente, usamos essa habilidade desde que nos reconhecemos. A língua é o nosso mecanismo de compreensão uns com os outros, mas também inconscientemente somos treinados a entender aquilo que nem sempre chamamos de língua, mas que também comunica (BORGATTI et al., 2018).

Tão natural e evidente, tão profundamente integrado ao nosso próprio ser é o uso da língua que falamos, e da qual fazemos uso para escrever – língua nativa, materna ou pátria, como costuma ser chamada –, que tendemos a nos esquecer de que esta não é a única e exclusiva forma de linguagem que somos capazes de produzir, criar, reproduzir, transformar e consumir, ou seja, ver-ouvir-ler para que possamos nos comunicar uns com os outros. (SANTAELLA, 1983, p. 07).

Tenhamos 500 seguidores, ou 500 mil, somos de alguma forma, influenciadores. Nas redes que se cresceu por influenciar, não apenas grandes perfis são responsáveis por propagar mensagens, o ponto central é justamente esse: todos são comunicadores de algo, seja apenas o consumo, estamos sempre ativos e sensíveis a receber mensagens. Para Santaella (1983), as linguagens são mutáveis e como isso um processo, que podem ser adaptáveis de acordo com as novas tecnologias, sejam elas quais forem e que a isso nos adequaremos.

As linguagens humanas estão em constante processo de evolução. Uma evolução que depende do grau de desenvolvimento histórico das forças de

produção da linguagem. A capacidade humana para produzir linguagens parece inesgotável. Da oralidade evoluiu para a escrita, em paralelo com a música instrumental e as artes pictóricas e cênicas, então para a escrita em forma impressa e para a diversidade de mídias imagéticas e audiovisuais da era da comunicação de massas. Esta começou a repartir a sua soberania com as mídias adjacentes dos anos 1970-80, como a TV a cabo, o vídeo cassete, o walkman etc., que foram preparando a sensibilidade humana para o advento da interatividade computacional dos anos 1990. Deu-se aí por iniciada a era digital cuja evolução, nos últimos vinte anos, tem sido tão veloz quanto inquietante e desconcertante. (SANTAELLA, 2018, p. 29).

Hoje vivenciamos a comunicação que denominamos como tecnológica, mas para o amanhã também haverá outras tecnologias, a qual denominaremos como tecnológico, a certeza é que assim como expressa Santaella (2018) esse é um processo de evolução que não identificamos o amanhã, possivelmente teremos novos caminhos para a comunicação mas certamente analisando seu histórico comunicação que indica a mutação, ele seguirá.

2.3. Cultura do cancelamento

Nas redes sociais, nossas conversas estão expostas. Através de comentários, qualquer sujeito da rede pode se auto-convidar ao diálogo e declarar ali sua opinião, e isso abre espaço a uma grande vitrine. Aquilo que antes era uma ideia pequena e enxuta, de uma minoria, é potencializada pelas massas, sendo passível de se encontrar com outras ideologias, dando maiores formas e proporções ao que antes facilmente poderia ser represado. Junto também a opiniões contrárias, originando o que damos o nome de “*cultura do cancelamento*” (JOSÉ; ROCHA, 2021).

Altamente debatido nas redes e até mesmo sujeito ao cancelamento, os usuários se arriscam a tentar entender esse movimento denominado como cultural, mas, ao que se assemelha o cancelamento?

De acordo com Kovalik (2021), cancelar é o fenômeno online de boicotar figuras públicas que dizem ou fazem coisas erradas.

A cultura do cancelamento foi eleita o termo do ano em 2019 pelo dicionário *Macquarie* em Sidney (COWIE, 2019), e atualmente, em 2021, após dois anos vivenciando a cultura do cancelamento, entendemos que não apenas figuras públicas estão passíveis de serem canceladas.

Esse é um fenômeno que pode ser desencadeado a qualquer um que, de alguma forma, expresse sua opinião, e pode ser relacionado a pessoas públicas por serem pessoas mais facilmente expostas. Quando um volume de usuários muito grande não concorda com essa opinião, esse movimento aparece e o questiona, e muito provavelmente tenta cancelá-lo, prejudicando sua imagem pessoal e/ou profissional (DONNOLLY, 2021).

Han (2018) descreve esse movimento como um exame digital, os indivíduos que se juntam em um exame não desenvolvem nenhuma personificação ou representação, são diversos *Eus*, mas nenhum *Nós*. “O exame digital, diferentemente da massa, não é em si mesmo coerente. Ele não se externa como uma voz, e, por isso, ele é percebido como barulho” (HAN, 2018, p. 27)

É fato de que a presença de vida virtual sempre seguiu nichada em bolhas. Escolhemos nossas bolhas ao entrar na internet, nos categorizando em um grupo através de afinidades, dando indícios aos algoritmos sobre o que queremos ali, e, ao se inscrever em uma nova rede social, ela nos faz perguntas básicas de interesses separados em categorias como: humor, moda, esportes, alimentação, música, etc., segmentando e direcionando ainda mais para grupos de vínculos categorizados, forçando a um universo padrão, como uma pequena amostra de um universo todo sobre si, como se todos ao seu redor fossem cópias (DERSHOWTIZ, 2020).

Ocasionalmente a dificuldade de convívio com o diferente, as redes fazem com que desaprendamos a viver a opinião diversa que era o proposto inicial da internet “*world, wide, web*”. Estamos tão dependentes da nossa própria bolha que basta uma opinião contrária furando essa redoma que é dado o aval de “*cancelado*”: cancelo seu comentário, cancelo sua presença do meu convívio, invalido sua opinião, cancelo a você do meu convívio (MAHON, 2021).

Santi busca entender esse movimento ressaltando que o instinto humano busca por convívio sociais “a primeira motivação para o convívio social é o medo de morrer” (SANTI, 2017, p. 9).

Esse é um movimento natural quando nem se pensava em internet e muito menos redes sociais, mas a busca por inclusão nos faz, como humanos, buscarmos uns aos outros para nos aliarmos, ter uma ideia e se reconhecer através dela pode ser um ponto forte dessa aliança. Mas essa não é a única motivação. O medo da exclusão e o instinto de sobrevivência é latente nesse sentido, ignorando suas próprias crenças a fim de algo maior, como a ideologia de um grupo, para ter aceitação.

Não nos afirmamos ante a alguém muito maior ou menor do que nós mesmo, mas ante a semelhantes. Atacamos no outro o que não suportamos em nós, como na velha e boa piada sobre o homofóbico se alguém está “no armário” (SANTI, 2017, p. 8).

A experiência em pensar se ver nesse lugar de oprimido é tão frustrante, que rompemos a busca inicial de satisfação para o lugar de aceitação, e a validação do outro sobre nós ganha um peso maior a que de nossas próprias vontades.

Nesse momento cresce o espaço para o politicamente correto, que surge como um dos pilares do cancelamento. Em tese, a pessoa “cancelada” infringe algo que não é tolerável segundo essa voz da maioria, e deve se retratar. Mas até que ponto o “erro” ou opinião de um se torna mais aceitável e tolerável que outro? Essa discussão e o questionamento que vem se formando em torno dessa pauta sobre “cultura do cancelamento” traz a sensação de que a maioria faz parecer ser certo algo por serem muitos ali defendendo uma posição, isto é, há uma validação, mas o que necessariamente não se traduz em uma verdade absoluta.

O intuito da cultura do cancelamento pode ser entendido como uma causa, a fim de que alguém repense suas atitudes, mas o próprio nome já remete a sentidos piores, como a exposição de um em meio a uma massa.

Outro ponto que devemos ressaltar é a identidade dos usuários nas redes, que pode ou não revelar ser quem é, e o anonimato também exalta e tendenciona ações inconsequentes, algo como se ninguém fosse descobrir e revelar ali atitudes que normalmente não a teria (RONSON; KOHNERT, 2015).

Um usuário, por mais anônimo que pareça, ele uma vez presente nas redes sociais deixa algum indício de si, selecionando afinidades em algum grau, passando por uma exposição de se rotular sob algumas características. E, por menor que seja sua exposição, a forma de consumir conteúdo comunica sobre si, até mesmo a escolha de “*dar like*” a algo ou não é passível ao cancelamento.

Figura 1: Comportamento em relação a curtidas



Fonte: tweet Samatha Schmütz . Disponível em:
<https://twitter.com/samanthaschmutz/status/1417115641614635016>

Acesso em: 03 Ago. 2021.

Na imagem, a atriz Samantha Schmütz, compartilha, em seu twitter, sobre sua experiência pessoal ao utilizar as redes sociais, assimilando a curtida de seus amigos a seus interesses e, com isso, alguns interesses são enquadrados na categoria de julgamento por aprovação a algo com o que ela não concorda.

Chamar de cultura certamente é um exagero. Cultura pressupõe um conjunto de expressões, manifestações e ritos carregados de sentidos múltiplos, comportamentos e relações que guardam repetição e perenidade, mas também incorporam lentamente o zeitgeist, conferindo identidade aos que comungam e a compartilham. O que estamos vendo, está bem longe desta complexidade (PEREZ, 2021, n.p).

Perez (2021) ainda alerta que, apesar de ser um movimento, não podemos denominar tal forma como cultura. Esperar que uma população tenha tal modo como cultural, seria realmente algo a se depositar esforços. Não que não deva tal atenção, até porque isso nos faz tentar entender o movimento e seu surgimento.

Seguindo esse termo ainda, todos somos passíveis de sermos cancelados, uma vez que algo não vai de encontro com a expectativa de quem o recebe. O sujeito ao se perceber como sujeito na terra tem a percepção sobre si e que para além de si há outros, e esses outros possuem características diferentes o qual o choca, tudo para além de si mesmo é passível de se colocar nessa esfera de não tolerável. Podemos entender essa dinâmica através do Narciso, onde o sujeito só encontra aprovação em si e em suas repetições.

Dizemos que ele encontra seu objeto amoroso pela via do narcisismo, pois o mito grego chama de Narciso um jovem que amava acima de tudo sua própria imagem refletida, e que foi transformado na bela flor que tem esse nome (FREUD, 1909-1910, p. 119).

A partir da expectativa depositada em cima dessa ideologia, tudo aquilo que foge ao esperado, e ao que a figura receptora dessa mensagem julga ser inadequado, temos como consequência o cancelamento, isto é, uma “punição” para toda vez que um *influencer* ou usuário age de forma que não condiz com o que se posiciona ou até mesmo é taxado como indevido por um grupo de pessoas.

Mas o que que é cancelar alguém em uma rede? Não consumir, não seguir, não compartilhar? Ou boicotar, querer oferecer punições, privar essa pessoa de nossas vidas? Nota-se um grande movimento das massas a favor do boicote, cada semana de uma pessoa diferente. Mas, qual a intenção por trás do boicote, ou o que faz alguém levar a ser cancelado?

O cancelamento muito se assemelha a um termo já existente: o “*linchamento*”. Este, não é recente, e existe no próprio livro da bíblia, onde adúlteras merecem apedrejamento. No momento do apedrejamento, automaticamente, o outro passa para o lugar de puro. No universo em que todos são formadores de opiniões, todos estão suscetíveis a serem cancelados, ou melhor, apedrejados.

2.4. Fomo (*Fear Of Missing Out*)

Mais conhecido como a sensação de não pertencimento, sentimento de estar perdendo algo, essa sensação é constante nas redes, e esse movimento que vem sendo reconhecido pelos próprios usuários. Atualmente, no Instagram, existem 1,22 bilhões de usuários ativos, sendo que 500 milhões acessam a plataforma todos os dias (GONÇALVES, 2021).

Dessa forma, com a quantidade de dados e informações geradas por dia, torna-se de forma humanamente impossível acompanhar todos os conteúdos divulgados nas redes, e os usuários declaram esse sentimento como se sempre estivessem perdendo algo. Traduz-se o sentimento de FOMO para além do lugar de perda, mas também para o sentimento de sempre buscar por algo, se enquadrar a um movimento para suprir essa expectativa e ser inserido, fazer parte das *trends* – tendências das redes sociais (MAHON, 2021).

A busca por pertencimento e aprovação dentro das redes se expressa também fora delas. O destino das viagens “*instagramáveis*” se torna mais procurado, na busca pelo “*feed*” – página inicial do Instagram – perfeito.

Uma pesquisa realizada pelo site turístico "Booking.com" diz que ao menos 28% das pessoas têm preferência em se hospedar em destinos que proporcionem essa experiência de *feed instagramável*, na hora de decisão de compra para viagens. Além disso, Cintra (2020), analisa os rostos na era digital e na busca por reconhecimento, entendendo uma grande busca por procedimentos estéticos inspiradas em influenciadores.

(...) após as influenciadoras digitais Flasyane, Flávia Pavanelli e Gabi Prado terem publicado fotos depois de procedimentos estéticos (rinoplastia e foxy eyes - técnica de alongamento para os olhos), as buscas pelos termos no Google aumentaram em 78% e 1.250% respectivamente. (CINTRA, 2020, p. 48).

Com isso, podemos concluir que, mesmo entendendo o digital como um espaço virtual que não se concretiza com a realidade, não existe essa distinção, o digital e real transitam, e há uma realidade efetiva nos dois ambientes.

A resposta à questão para onde se vai quando se ingressa no mundo virtual passa por uma literatura psicanalítica recente que tem considerado que o espaço virtual configura um terceiro mundo, entre os mundos interno e externo. Trata-se de um “espaço entre” importante, cheio de possibilidades e riscos na perspectiva das relações. Este espaço passa pela própria capacidade de fantasiar, desde que se entenda que a fantasia pode ser um espaço de criação e elaboração de ensaios e projetos. Ao recolher seu interesse da realidade imediata e se focar na tela, a mente parece entrar num transe, na medida em que as barreiras da realidade parecem suspensas. De toda forma, entra-se num estado prazeroso e excitante, no qual a experiência da passagem do tempo é também alterada. Seja lendo notícias, interagindo com mídias sociais, jogando ou simplesmente deslizando erráticamente por vídeos e músicas, é uma experiência comum perder a noção da passagem do tempo.

Ainda da perspectiva da experiência da passagem do tempo, o mundo virtual parece poder acompanhar a velocidade da nossa mente, sem os limites físicos do corpo, o que cria uma experiência de potencial vertiginoso, dificilmente encontrado na realidade material (SANTI, 2020, p. 17).

Para explicar essa transitória entre real e virtual ao qual Santi declara como terceiro mundo, ele se apoia em Canestri, onde diz que a “realidade virtual é um tipo especial de realidade” (CANESTRI, 2001, p. 2).

De forma indireta, os usuários realizam conversas sobre essa realidade virtual, questionando e ironizando, vivenciando apenas o que está exposto nas redes. Durante a pandemia do Covid-19, um dos assuntos referentes a eficácia da vacinação é o questionamento referente a quem se vacinou e que a eficácia só efetiva após a publicação.

O *online* como vivo, a disponibilidade é percebida como vivência, assim como para um jogo. A Gamificação, tradução do termo em inglês *Gamification*, tem sido um atrativo do marketing para guiar os usuários a atingirem com um determinado objetivo dentro das redes, como que com a experiência propriamente de um jogo, incentivando-os a se conectarem, seguirem regras e movimentos das plataformas

garantindo prêmios e recompensas, em troca da vivência ali apresentada. (MLABS, 2017)

Outras ferramentas virtuais, seguem esse padrão, no aplicativo *Microsoft Teams*, ferramenta de trabalho, possui um *skill* na plataforma validando o status: disponível, ausente, ocupado, off- line. Permeando essa vivência, por diversas mídias sociais, o *WhatsApp* como mais comum, sempre sinalizando aos amigos o aval de online em suas conversas, mas até onde conseguimos entender e relacionar que online se trata de fato como algo disponível, o *WhatsApp* confere o envio da mensagem com dois *checks*, indicando o recebimento, mas recebido de fato não garante o consumo, não podemos indicar isso como algo concretizado.

2.5. As Redes Sociais Pós-Pandemia Covid-19: Análise e Debate

Em março de 2020 achávamos que em questão de duas semanas teríamos o fim de uma doença viral. Em abril, acreditávamos que o fim de uma pandemia se daria no máximo em julho. Em julho de 2021, 1 ano e 4 meses depois, temos 13,2% da população vacinada no Brasil.

Para pensar em vida hiper-conectada, primeiro temos que fazer o exercício de pensar como seria vivenciar a experiência que tivemos com o Covid-19 em um passado não tão distante. Há 10 anos atrás, certamente não seria a mesma realidade, e muitos aspectos de vida social seriam ceifadas.

Muitos de nós, com certeza, não teríamos a garantia de emprego estável, vida acadêmica em andamento, assim como diversos outros aspectos. Com isso, podemos imaginar que se a realidade de hoje é terrível, há 10 anos atrás seria algo incrivelmente pior.

Estamos vivendo um trauma? Santi (2020), nos convida a análise quais as consequências para alguns de nós e se a vivência decorrente do Covid-19 teria gerado um trauma:

(...) só saberemos se esta experiência terá uma dimensão traumática social ou individual ao longo do tempo; em alguns anos, provavelmente. Psicologicamente, um trauma é uma experiência de “tempo parado”. Sem dúvida, uma das reações (ou falta de reação) à pandemia foi a negação do acontecimento (SANTI, 2020, p. 131).

Trauma por sua natureza é algo inédito. O trauma paralisa o sujeito, pois o trauma desencadeia experiências anteriores ao qual nos paralisaram – situações essas que de certa forma permanecem no inconsciente represadas. E só saberemos dizer se a pandemia de Covid-19 causou trauma em questão de alguns anos.

Se esse feito nos transformar, e de alguma forma aprendermos algo com isso, não terá sido trauma. Nesse caso, o pior que pode acontecer é nada. O trauma paralisa a ponto de não acreditarmos na realidade, e, dessa forma, seguir vivendo como se nada tivesse ocorrido.

Era realmente assim: quase todos os sintomas haviam se originado como resíduos — como precipitados, se quiserem — de vivências carregadas de afetos, que, por causa disso, depois denominamos “traumas psíquicos”, e sua peculiaridade se explicava pela relação com a cena traumática que os havia ocasionado (FREUD, 1909-1910, p. 172).

Com a pandemia, houve uma ruptura de rotina, e isso nos mostra o quanto nossa vida é pautada em hábitos. Tudo já vinha sendo feito em ritmo automático, pois essa era a forma como soubemos lidar com o mundo e a versão de viver, e, de uma hora para outra, estamos tendo de reaprender diferentes esferas que já rodavam praticamente sozinhas. O efeito de sair do automático é um convite a reaprender, e reaprender é um processo, ao qual se deve energia, esforços e pode não ser fácil para todos.

Para alguns houve a nova rotina vivenciada no *home office*, acompanhado de talvez dormir até mais tarde, ter mais tempo disponível (que antes era ocupado por horas de trânsito) e, com isso, teve-se a falsa satisfação de talvez poder se ocupar de desejos que sempre ficavam para depois. Mas a realidade é que nos deparamos com sujeitos cada vez mais exaustos, esgotados, tendo de se reinventar de diversas formas e ainda assim seguir.

Não sabíamos o quanto a rotina de antes nos poupava esforços. A rotina nos poupava a energia de pensar em uma solução, e, a realidade dura é que, para se concentrar em uma nova fórmula, é necessário gastar mais energias nessa solução.

Gastamos energia, batemos cabeça para reinventar uma forma que funcione, pois de algum jeito é necessário acontecer, certo ou errado, eficaz ou não, ainda assim deve acontecer, e devemos sobreviver.

Em virtude da internet não estamos experienciando um isolamento social. A conexão das redes nos garante interações sociais constantes com usuários a rotina, com a massa e com nossa própria bolha, seguimos ainda mais conectados do que antes, criando maneiras de socializar uns com os outros. Tanto é que praticamente todos nós, em algum momento ou outro, informamos uns aos outros o que estamos fazendo nesse período isolados, se tomamos a vacina, ou, até mesmo, se não queremos tomá-la. Parece até uma obrigação informar isso para nossa rede.

Figura 2: Vacinação, postar para tornar real.



Faria Lima Elevator
@FariaLimaElevat



Se tomar a vacina e não postar, a
vacina não faz efeito?

08:26 · 24/01/2021 · [Twitter for Android](#)

Fonte: tweet Faria Lima Elevator. Disponível em:
<https://twitter.com/farialimaelevat/status/1353303165169500161>
Acesso em: 09 Out. 2021.

Em 2019 não acreditávamos nem mesmo que pagaríamos por um show ao vivo. E durante a vivência na pandemia não só pagamos por isso, como nos sentimos felizes por pagar, por ter uma programação diferenciada para aquele dia em específico, como sentir a nostalgia de um tempo “distante” – 1 ano atrás –, e ainda ter aquelas sensações parecidas como a de um show presencial, estando próximo ao artista e admirando o seu trabalho “de perto”.

A internet foi a grande responsável por manter a vida social em constância, mas ela ocasiona uma hipervalorização do Narciso. O mundo virtual é um grande espetáculo de si mesmo, onde ao ouvir uma música somos respondidos com mais

desse mesmo estilo musical, ao assistir a programação de um aplicativo de *streaming* ele nos direciona a seguir nessa programação horas a fio, assim como conteúdos que seguem direcionados a tudo que curtimos e sempre seguimos vendo mais do mesmo, tendencionando-nos a seguir na bolha. A vida online é o entendimento do grande narcisismo eu como fã de mim mesmo.

Onde não há espaço para o diferente e a quebra do padrão, não há espaço para exercitar o pensamento. Colocamos a fuga da rotina como um exercício diário, e somente esse exercício é capaz de nos fazer encontrar novas formas de seguir, repensar, trazer soluções e avanços. E isso quebra o padrão. A pandemia nos levou a gastar esforços para conhecer novas maneiras de continuar vivendo.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao concluir esse estudo, algumas considerações podem ser apresentadas. A primeira delas é uma grata surpresa por encontrar autores e teses já apresentadas para embasarmos nosso tema, a fim de olhar com soluções e pautar essa conversa mais próxima de quem as estabelece: os usuários.

Esse trabalho contava com o intuito de analisar as relações no ambiente virtual e compreender como se concretiza as relações humanas com a interferência do real e virtual, relacionando-o com o sujeito e com sua construção de personalidade, e com isso buscar entender as causas e efeitos de atividades inseridas dentro das mídias digitais.

Nas perguntas elaboradas inicialmente em torno dessa pesquisa, conseguimos analisar que há consequências, causa e efeito. Ao fazer o *download* de um aplicativo, o usuário não necessariamente lê todas as cláusulas apresentadas e, mesmo assim, essas cláusulas não dizem respeito sobre as mudanças que podem gerar psicologicamente, porque esse não é o intuito da ferramenta. E enxerga-se isso como uma consequência social, de interação, assim como a submissão ao consumir televisão que anteriormente já foi pauta de discussões em anos anteriores.

O uso e consumo nas redes se dá de alguma forma como online para vivo e off-line para morto ou desligado por assim dizer, percebemos essa validação através da gamificação das redes. Percebemo-nos como a falsa sensação de que somos uma extensão de nossos telefones, sendo uma inverdade, alguém fora das redes não é decretado como morto, assim como a vivência nas redes pode seguir mesmo sem a existência de fato de alguém. Mas a partir disso podemos questionar os limites para essa extensão da vida. Ao ser enviada uma mensagem para alguém, ela a recebe, mas não necessariamente a consome, ao enviar uma mensagem para uma pessoa famosa e verificada no Instagram como a Kim Kardashian, não necessariamente ela será consumida, isso nos diz muito sobre a pressão que recebemos por estarmos sempre online, acessíveis, disponíveis de forma automática sempre que acionados.

Ainda hoje, com essa pesquisa sendo apresentada, esse tema segue alimentado por questões que emergem diariamente, e a velocidade em que os comportamentos virtuais ascendem, surge como pauta de estudos e curiosidade.

Não tem-se todas as respostas às nossas dúvidas. Algumas dessas perguntas ainda precisarão ser refeitas, e algumas delas ainda nem conseguimos processar por tamanha volatilidade.

Mas, baseando nosso ponto inicial na psicanálise, conseguimos entender essas ascensões de forma não a compreender o que, mas sim seus porquês, pela constante busca do gozo. E a rede social goza de consequências psicológicas, principalmente por desafiar o usuário a entender o seu próprio Eu, e, ao mesmo tempo, incentivando-os indiretamente a sempre questionar – e cancelar – o Outro.

REFERÊNCIAS

BASTOS, Marco; RECUERO, Raquel; ZAGO, Gabriela. **Análise de redes para mídia social**. 1º Ed. Porto Alegre: Editora Sulina, 2018.

BORGATTI, Stephen P.; EVERETT, Martin G.; JOHNSON, Jeffrey C. **Analyzing Social Networks**. 2º Ed. Sage Publications Ltd, 2018.

CARONE, I. **Metáfora e Psicologia**: Uma relação perigosa? Coleção Cadernos e Estudos e Pesquisas – UNIP, 10, 1-007/04, 1-34, 2004.

CASA DO SABER. **O eu contra si mesmo**. Maria Homem. 5 ago., 2019. Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=QGP4QuMyYqE&t=103s&ab_channel=CasadoSabCa> Acesso em 03 jul. 2021.

CASTELLS, Manuel; MAJER, Roneide V. **A sociedade em rede**. São Paulo: Editora Paz & Terra, 2013.

CINTRA, Camila. **Instagram Face**: um estudo sobre o rosto na era digital. USP, São Paulo, 2020.

COWIE, Tom. **Cancel culture is the Macquarie Dictionary's word of the year for 2019**. The Sydney Morning Herald, dez. 2019. Disponível em: <<https://www.smh.com.au/culture/books/cancel-culture-is-the-macquarie-dictionary-s-word-of-the-year-for-2019-20191202-p53fzy.html>> Acesso em 17 agosto. 2021.

DERSHOWITZ, Alan. **Cancel Culture**: The Latest Attack on Free Speech and Due Process. Editora: Hot Books, 2020.

DONNOLLY, Dr. **Cancel Culture and the Left's Long March**. Editora Wilkinson Publishing, 2021.

DUNKER, Christian. **Narcisismo, Édipo e o estádio do espelho**. 27 nov., 2019. Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=9kzhYVciHJg&ab_channel=ChristianDunker>
Acesso em 28 jun. 2021.

FERREIRA, Gonçalo Costa. **Redes sociais de informação: uma história e um estudo de caso**. USP, São Paulo, 2011.

FIALHO, Joaquim; FIÚZA, Ana Louise de Carvalho; MARADEI, Anelisa; et al. **Redes Sociais. Como Compreendê-las?: Uma Introdução À Análise De Redes Sociais**. Lisboa: Editora Sílabo, 2020.

FREUD, Sigmund. Introdução ao narcisismo, ensaios de metapsicologia e outros textos. O Narcisismo das pequenas diferenças. (1914-1916). São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

_____. **O mal-estar na civilização, novas conferências introdutórias e outros textos**. (1930- 1936). São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

_____. O Eu e o Id. In. **Obras completas**. (1923). São Paulo: Cia das letras, 2011.

_____. **Psicologia das massas e análise do eu e outros textos**. (1920-1923). São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

GILLESPIE, Tarleton. **Media Technologies: The relevance of algorithms**. Nova York: MIT Press, 2014.

GONÇALVES, Talita. **As maiores redes sociais em 2021**. Etus, jun. 2021. Disponível em: <<https://etus.com.br/blog/as-maiores-redes-sociais-em-2021/>> Acesso: 09 out. 2021.

HAN, Byung-Chu. **No enxame: Perspectivas do digital**. Petrópolis: Editora Vozes, 2018

JORGE, Marco A. C. **Fundamentos da psicanálise de Freud a Lacan: A prática analítica**. Vol. 3. Rio de Janeiro: Zahar, 2017.

JOSÉ, Fernando Elias; ROCHA, Marcelo Hugo da. **Cancelado: a cultura do cancelamento e o prejulgamento nas redes sociais**. Belo Horizonte: Editora Letramento, 2021.

KOVALIK, Dan. **Cancel This Book: The Progressive Case Against Cancel Culture**. Editora: Hot Books, 2021.

LACAN, J. **O estádio do espelho como formador da função do eu**. In: J. Lacan, Escritos. (V. Ribeiro, trad.; pp. 96-103). Rio de Janeiro: Zahar. (Original publicado em 1966), 1998.

_____. **Escritos**. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. 3º Ed. São Paulo: Editora 34, 2010.

MAHON, Ciarán Mc. **A Psicologia da Mídia Social**. 1º Ed. Ed. Blucher, 2021.

MLABS. **Descubra como usar gamificação nas mídias sociais**. 31 out. 2017. Disponível em: <<https://www.mlabs.com.br/blog/descubra-como-usar-gamificacao-nas-midias-sociais/>> Acesso em 15 out. 2021.

PEREZ, Clotilde. **A pulsão errática do cancelamento**. 24 fev., 2021. Disponível em: <<https://www.nossomeio.com.br/a-pulsao-erratica-do-cancelamento/>> Acesso em 15 ago. 2021.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2014.

RONSON, Jon; KOHNERT, Mariana. **Humilhado**. 2º Ed. Editora BestSeller, 2015.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é semiótica**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1983.

_____. **Percursos contemporâneos**. Realidades da arte, ciência e tecnologia. Belo Horizonte: Editora UEMG, 2018.

SANTI, Pedro de. **A intolerância de sempre e a de hoje: uma leitura psicanalítica**. São Paulo, 2017.

_____. **A Subjetividade no Ambiente Virtual: Ambivalências, Paranoia, Realidade Psíquica e Quarentena.** São Paulo: Editora Zagodoni, 2020.