

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
PUC-SP**

GREGÓRIO DO R. M. C. DIAS

**IMAGEM DE SI E ESCOLHA DE MÍDIAS DE APOCALIPSE ZUMBI EM
UNIVERSITÁRIOS - UMA LEITURA ANALÍTICA**

MESTRADO EM PSICOLOGIA CLÍNICA

SÃO PAULO

2016

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
PUC-SP

GREGÓRIO DO R. M. C. DIAS

**IMAGEM DE SI E ESCOLHA DE MÍDIAS DE APOCALIPSE ZUMBI EM
UNIVERSITÁRIOS - UMA LEITURA ANALÍTICA**

Dissertação apresentada à Banca Examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do título de Mestre em Psicologia Clínica sob a orientação da Prof.^a Dr.^a Liliana Liviano Wahba.

SÃO PAULO
2016

GREGÓRIO DO R. M. C. DIAS

**IMAGEM DE SI E ESCOLHA DE MÍDIAS DE APOCALIPSE ZUMBI EM
UNIVERSITÁRIOS - UMA LEITURA ANALÍTICA**

Dissertação apresentada à Banca Examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do título de Mestre em Psicologia Clínica sob a orientação da Prof.^a Dr.^a Liliana Liviano Wahba.

Aprovada em:

Prof.^a Dr.^a Liliana Liviano Wahba

Prof. Dr. Durval Luiz de Faria - PUC-SP

Prof.^a Dr.^a Maria Paula Magalhães de Oliveira - USP

AGRADECIMENTOS

Agradeço à Prof.^a Dr.^a Liliana Liviano Wahba por todas as orientações, por toda a compreensão e lucidez referente às questões trazidas pelo trabalho, por toda a preocupação com o bom desenvolver do trabalho, por toda a predisposição em tirar dúvidas e principalmente por todos os ensinamentos do início ao fim da pós-graduação.

Agradeço ao Prof. Dr. Claus Dieter Stöbaus por toda a atenção, por diversas orientações e dúvidas que foram esclarecidas ao longo do trabalho graças à sua disposição.

Agradeço a toda minha família por todo o carinho, amor e segurança que sempre puderam oferecer e não foi diferente ao longo do processo desse trabalho e diante das mudanças que este me proporcionou.

Agradeço profundamente à Ana Flávia Bitencourt por todo o amor que me fez sentir durante esses anos e que ressignificou a minha existência.

Agradeço a todos meus amigos, colegas, conhecidos e também a alguns desconhecidos que me auxiliaram e influenciaram tanto de forma direta como indiretamente na construção desse trabalho.

Por fim, gostaria de agradecer a todos os funcionários da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP que nunca faltaram com simpatia e atenção diante de qualquer necessidade ou dúvida que tivesse.

RESUMO

DIAS, Gregório do R. M. C. **Imagem de si e escolha de mídias de apocalipse zumbi em universitários - uma leitura analítica.** Dissertação (Mestrado em Psicologia Clínica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2016.

O presente trabalho teve como objetivo avaliar a autoimagem, a autoestima e as habilidades sociais de universitários que consomem mídias de apocalipse zumbi assiduamente. Para isso, foram aplicados o Questionário de Autoimagem e Autoestima e o Questionário de Avaliação de Habilidades Sociais, Comportamentos e Contextos para Universitários – QHC-Universitários em 20 universitários que se consideram fanáticos por mídias de apocalipse zumbi. Ainda, para comparar as variáveis de ambos os questionários e buscar correlações entre um questionário e outro, foram utilizados o coeficiente de Pearson e a hipótese do teste t-Student. Os participantes demonstraram ter uma imagem relativamente boa de si mesmos e uma autoestima inferior quando comparada a essa autoimagem. Os resultados obtidos por meio do QHC-Universitários indicam que a maioria dos participantes deste estudo apresenta dificuldades em modular o quanto se expressam, temendo os sentimentos negativos que possam surgir em seu contato com as demais pessoas, preferindo uma atitude de não confrontação. Nesse sentido, houve indícios de incongruência entre o modo como os participantes se veem e a maneira como se portam em relação às outras pessoas. Foi feita uma discussão sobre as possíveis motivações subjacentes à escolha da mídia de apocalipse zumbi, analisando esses resultados sob o prisma da teoria Psicologia Analítica. A partir disso, pode-se deduzir que os participantes demonstram uma persona um tanto submissa, que evita conflitos, acompanhada por uma sombra agressiva e destruidora que se contrapõe a essa persona; conteúdos sombrios até certo ponto retratados nas narrativas de apocalipse zumbi. Por fim, infere-se que esses jovens lidam com suas dificuldades de adaptação e sentimentos negativos mediante uma forma de fuga e que a mídia zumbi simbolizaria o medo do outro, o medo de falhar, o medo do fracasso e a insegurança a respeito de si mesmo.

Palavras-chave: autoestima, autoimagem, habilidades sociais, Psicologia Analítica, persona, sombra, zumbis.

ABSTRACT

DIAS, Gregório do R. M. C. **Self-image and choice of apocalypse zombie media in college students from the perspective of Analytical Psychology.** Dissertation (Master in Clinical Psychology) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2016.

This study aimed at evaluating the self-image, the self-esteem and the social skills of university students who consume zombie apocalypse media assiduously. For this, we applied the Self-Image and Self-Esteem Questionnaire and the Questionnaire and Evaluation of Social Skills, Behaviors and Contexts for University Students - QHC - University in 20 university students who consider themselves zombie apocalypse media fanatics. Also, to compare the variables of both questionnaires and seek correlations between one questionnaire and the other, we used the Pearson coefficient and the hypothesis of the t-Student test. Participants showed a relatively good image of themselves and a lower self-esteem compared to this self-image. The results obtained by the QHC -University indicate that most of the participants of this study presents difficulties in modulate how to express themselves, fearing the negative feelings that may arise in their contact with others, preferring a non-confrontational attitude. In this sense, there was evidence of incongruity between how participants see themselves and the way they behave towards other people. A discussion of the possible motivations behind the choice of zombie apocalypse media was made by analyzing these results under the prism of the Analytical Psychology theory. From this, it can be deduced that the participants show a persona somewhat submissive, that avoids conflicts, accompanied by an aggressive and destructive shadow opposing this persona; dark contents to some extent depicted in the zombie apocalypse narratives. Lastly, it appears that these young people deal with their adapting difficulties and negative feelings through a form of escape and the zombie media symbolize the fear of the other, fear of failure, fear of failure and insecurity about themselves.

Keywords: self-esteem, self-image, social skills, Analytical Psychology, persona, shadow, zombie.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – QHC-Universitários – Codificação de Fatores	57
Quadro 2 – QHC-Universitários – Referência e Classificação em Clínicos e Não Clínicos	58
Quadro 3 – Aspectos da Autoimagem e da Autoestima	63

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Respostas ao Questionário de Autoimagem e Autoestima	64
Tabela 2 – Valores médios dos Aspectos de Autoimagem e Autoestima	65
Tabela 3 – Tabela de codificação dos escores obtidos no QHC-Universitários.....	72
Tabela 4 – Valores de Referência do QHC-Universitários	73
Tabela 5 – Classificação Geral dos Fatores em Ansiedade ou Depressão Clínica.....	74
Tabela 6 – Valores de Correlação com o Coeficiente de Pearson.....	78
Tabela 7 – Hipóteses significativas de relação de médias com teste t-Student.....	81

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	11
2 DA HISTÓRIA DOS ZUMBIS ÀS MANIFESTAÇÕES NA CULTURA CONTEMPORÂNEA	16
3 REVISÃO DE PESQUISAS SOBRE O TEMA	25
4 O HORROR, O TERROR E A SOMBRA.....	30
5 DESAFIOS DA FORMAÇÃO DA IDENTIDADE	42
6 OBJETIVOS.....	53
7 MÉTODO.....	54
7.1 Caracterização do Estudo	54
7.2 Participantes.....	54
7.3 Instrumentos	55
7.3.1 Questionário de autoimagem e autoestima	55
7.3.2 Questionário de habilidades sociais, comportamentos e contextos para universitários	56
7.4 Procedimentos.....	59
7.4.1 Local e data	59
7.4.2 Seleção dos participantes.	59
7.4.3 Procedimento de intervenção.....	60
7.4.4 Procedimento de análise de dados	61
7.5 Cuidados Éticos	61
8 ANÁLISE DOS RESULTADOS	63
8.1 Questionário de Autoimagem e Autoestima.....	63
8.2 Questionário QHC-Universitários	69
8.3 Correlações	77
8.3.1 Coeficiente de Pearson.....	77
8.3.2 Teste t-Student	80
8.4 Análise conclusiva dos resultados	82
9 DISCUSSÃO	84
10 CONSIDERAÇÕES FINAIS	91

REFERÊNCIAS	93
-------------------	----

ANEXOS

ANEXO 1. Termo de Consentimento Livre e Esclarecido	99
ANEXO 2. Questionário de Autoimagem e Autoestima (STOBÄUS, 1983).....	100

1 INTRODUÇÃO

O termo “zumbi” é utilizado para se referir à figura religiosa haitiana e ao personagem fictício das obras literárias e cinematográficas. Um zumbi é uma pessoa que morreu e, mesmo depois de morta, movimenta seu corpo por impulso próprio ou a serviço de alguém. Essa transição para morto-vivo causa, na gigantesca maioria das vezes, perda total da consciência daquele que até então vivia. O termo morto-vivo pode se referir a um ser incorpóreo, como o fantasma, ou a um ser corpóreo, como o vampiro e o zumbi (TWITCHELL, 1985 apud TWOHY, 2008).

O personagem zumbi é comumente retratado como alguém com pouquíssima inteligência, andar cambaleante, corpo em decomposição e fome por carne de seres vivos e, em alguns casos, especificamente por cérebros humanos. É um personagem extremamente popular na ficção de horror dos tempos atuais e tem substituído o vampiro como arqui-inimigo predileto das histórias contemporâneas desse gênero (TENGA & ZIMMERMAN, 2013). Tamanha é a popularidade do personagem que diversas franquias de livros, filmes e jogos o utilizam em suas narrativas. Desde o filme *A Noite dos Mortos-Vivos* (1968) de George A. Romero, têm sido lançados muitos livros, revistas em quadrinhos, filmes, seriados de televisão, jogos de computador e de tabuleiro e videogames sobre esse morto-vivo (LOUDERMILK, 2003; KENT, 2009; CLASEN, 2010; FERRERO & ROAS, 2011; HALL, 2011; JANKOWSKY, 2011; STRATTON, 2011).

A figura do zumbi conquistou o fascínio e a popularidade no Ocidente a partir do cinema, porém a origem desse personagem é muito anterior ao lançamento do primeiro filme em que ele aparece (BRUNO et al., 2009). Muito antes de ganhar fama na cultura norte-americana, os zumbis eram associados ao Haiti e ao Voodoo (HARRIS et al., 2015) e é nas crenças e superstições da cultura haitiana que os vemos pela primeira vez (TWOHY, 2008). É um fenômeno do Novo Mundo, resultado da mistura entre as crenças religiosas do Voodoo e história de dor por trás do período de escravidão no Haiti, no período anterior à independência daquele país (WILENTZ, 2012).

Foi por meio da literatura e da arte que as superstições e tradições relacionadas ao zumbi foram disseminadas na cultura popular (HARRIS et al., op. cit.). Todavia, parecem ter sido os filmes e os seriados de televisão que começaram a retratá-lo como uma ameaça à humanidade, tendo sido os principais responsáveis pela expansão do sucesso do zumbi (IACCINO, 1994; LOUDERMILK, 2003; RUSSEL, 2007; TWOHY, 2008; KENT, 2009;

BRUNO et al., 2009; CLASEN, 2010; FERRERO & ROAS, 2011; HALL, 2011; JANKOWSKY, 2011; STEINBLAT, 2011; STRATTON, 2011 apud GUIMARÃES, 2014).

Os primeiros filmes sobre esse personagem, com características semelhantes aos zumbis haitianos, surgiram nas telas de cinema a partir dos anos 30: em 1932, *White Zombie* e, em 1943, *I Walked with a Zombie*. Entretanto, foi o filme *A Noite dos Mortos-Vivos*, de 1968, dirigido por George A. Romero, que tornou o zumbi famoso (TWOHY, op. cit.).

O personagem zumbi que aparece nos filmes, nos livros e nos jogos eletrônicos atuais comumente participa de narrativas apocalípticas e pós-apocalípticas em que há um brusco e devastador dismantelamento da ordem social e o planeta acaba sendo infestado por mortos-vivos. Os sobreviventes, além de terem que se preocupar com um possível ataque das hordas de zumbis ou de qualquer outro morto-vivo à solta, precisam também buscar unir-se a outros humanos na tentativa de sobreviver e de reestabelecer alguma ordem social. Entretanto, essa tarefa não é fácil, pois, além do mundo estar repleto desses seres, há outros sobreviventes que também causam medo e que podem agir com violência e crueldade muito maior que a dos zumbis. Esses outros sobreviventes são pessoas que foram severamente afetadas pelos horrores vividos ao longo do desmoronamento da civilização ou que já eram malignas mesmo antes do evento apocalíptico. O que fica claro, após o apocalipse, é que o mundo, que já não era seguro antes, tornou-se muito mais perigoso e que a barbárie humana nunca esteve tão em evidência.

A literatura de horror, bem como os filmes e outras expressões culturais, são reflexos dos temores e ansiedades da época em que se inserem. Enquanto os vampiros vitorianos expressavam o medo da sensualidade e das doenças venéreas, Frankstein representava o temor que a sociedade do final do século XIX tinha do progresso científico (JANKOWSKI, op. cit.). Filmes das gerações pós-guerras, por exemplo, tiveram o importante papel de desenvolver a consciência necessária para suportar eventos históricos dolorosos (BEEBE, 2005). Todavia, aparentemente, nos dias atuais, o horror e o mal deixaram de ser uma realidade terrível e se transformaram em entretenimento (BASSIL-MOROZOW, 2012). É possível afirmar que os filmes tornaram-se uma forma de expressão da consciência moderna e oferecem molduras para as grandes mudanças na sociedade (BERRY, 2003).

O cinema pode ser considerado um meio e um espaço para a expressão da psique por meio do mecanismo psicológico de projeção (HAUKE & ALISTER, 2002). Segundo Hauke (2012), narrativas de filmes constantemente provocam fortes emoções e o cinema tem a capacidade de fazer as pessoas entrarem em contato com essas emoções. Beebe (2005) destaca que os filmes mais interessantes são aqueles que mesclam o nível de sonho com o do

documentário e que têm o poder transformador de criar um diálogo entre consciente e inconsciente.

A temática na qual o zumbi se insere, bem como suas características, indica, para alguns autores, que esse monstro do horror aparece como representação metafórica das crises enfrentadas por refugiados (STRATTON, 2001); dos conflitos vividos por pessoas que trabalham incessantemente (TENGA & ZIMMERMAN, 2013), nunca se queixam, protestam ou não são alimentadas apropriadamente (WILENTZ, 2012); da vida desumana da sociedade moderna (KENT, 2009) e da falta de senso de identidade, bem como dos laços sociais doentios existentes em uma dada comunidade (CONNOLLY, 2003). Pode ser também uma metáfora que expressa os temores em relação à civilização atual (MURPHY, 2011) e ao intenso bombardeamento de informações veiculadas pelas comunicações de massa. Expressaria, ainda, o medo e a ansiedade de despersonalização frente à multidão (JANKOWSKI, 2011). De acordo com Webb e Bynard (2012), os zumbis também suscitariam questões sobre o significado de viver num mundo tomado pela economia neoliberal, pela globalização e pela produção capitalista.

A popularidade do gênero zumbi refletida nas mídias atuais, junto com a preocupação coletiva com mortos-vivos, é considerada, por alguns autores, um sinalizador de perda da empatia e da esperança pelo projeto humano, bem como um sintoma de alienação do século XXI (BURSTON, 2014).

O zumbi, com toda sua podridão, causa um impacto que pode ser caracterizado por aquilo que Julia Kristeva (1982) denominou como “abjeção” ou “o abjeto”, provocando no espectador tanto repúdio quanto fascínio, sendo essa última sensação a chave principal para entender como o horror intriga as pessoas (TENGA & ZIMMERMAN, op. cit.). Os filmes de horror, a partir da sua condição de abjeto, funcionariam como um rito para preservar a ordem simbólica, reafirmando as fronteiras entre o humano e o não humano, entre a vida e a morte (CREED apud CONNOLLY, 2003).

Para alguns, os zumbis suscitam não só o medo de envelhecer e da morte, mas também de um destino bem pior: uma eternidade em um corpo decrepito e sem consciência (TENGA & ZIMMERMAN, 2013; WEBB & BYNARD, 2012). Webb e Bynard (op. cit.) ainda acrescentam que questões sobre o corpo, a alteridade, a vida e a morte, o Bem e o Mal, o inescapável e o imutável fazem parte das narrativas que envolvem esse personagem fantástico.

A figura do zumbi é tão presente na cultura ocidental atual que, por exemplo, há um aclamado seriado – *The Walking Dead* –, que, em 2013 foi declarado a série dramática da

televisão por assinatura norte-americana mais vista de todos os tempos até então (WIKIPEDIA, 2015a). Até 2014, o seriado superou consecutivamente seus recordes de audiência, atingindo uma audiência de impressionantes 17,3 milhões de telespectadores, sendo indiscutivelmente o programa mais visto pelo grupo de audiência entre 18 a 49 anos de idade (“THE WALKING DEAD...”, 2014).

A popularidade desse personagem monstruoso é tamanha que, anualmente, pessoas se reúnem em locais públicos fantasiados de zumbis e caminham pelas ruas simulando os maneirismos zumbi, em uma passeata que é chamada *Zombie Walk* (WIKIPEDIA, 2015b). Enquanto os primeiros *Zombie Walks* não fizeram muito sucesso, essa passeata foi ganhando visibilidade e popularidade ao longo dos anos, principalmente na América do Norte e do Sul. Na cidade de São Paulo, por exemplo, em 2011, centenas de pessoas participaram do evento (“ZUMBIS’...”, 2011) e, em 2013, o número de participantes aumentou dramaticamente, com cerca de cinco mil pessoas comparecendo ao evento (MARÇA..., 2013). Em 2014, a *Zombie Walk* na cidade de São Paulo ainda contou com a participação de milhares de “zumbis” (HOJE..., 2014). No total, 54 cidades dentro do território brasileiro já sediaram as *Zombie Walks*.

Tamanha é a demanda, que muitos filmes, jogos, seriados e livros ainda são lançados, relançados e até mesmo eventos sociais surgiram para dar vazão ao que é expresso pelo zumbi e pela temática apocalíptica. A imensa notoriedade desse personagem nos dias atuais, a repetição e as similaridades encontradas ao longo de muitas dessas histórias, junto com a curiosidade para compreender como um personagem tão mórbido e decrépito pôde tornar-se um atrativo para tantas pessoas, foi o que me chamou a atenção para o fenômeno.

Este estudo é importante para a psicologia e o atendimento na clínica ao procurar esclarecer algumas características comuns entre as pessoas que consomem tais mídias. E também é relevante para a sociedade, por investigar os aspectos psicológicos que estão na base do interesse da população pelo personagem zumbi, fenômeno de massa que faz parte da cultura contemporânea.

A pergunta a se fazer é se a pessoa que se deleita com o tema dos mortos-vivos e, especificamente, com a temática zumbi, possui alguma característica que a distingue das outras pessoas que consomem mídias compulsória ou unilateralmente, ou daquelas que pouco se interessam por esse “culto” à morte.

O presente trabalho parte da compreensão do personagem zumbi, de sua história, do contexto em que surge, do modo como foi sendo alterado ao longo dos anos e do que esse monstro contemporâneo representa, considerando o contexto histórico-cultural atual. A

proposta desse trabalho consiste em discutir o que motiva as pessoas a se interessarem por esse tema, tendo como objetivo entender como tais pessoas veem a si mesmas e como se portam diante dos outros.

Devido à insuficiência de pesquisas sobre o tema, buscou-se aprofundar o estudo por meio da literatura acadêmica referente ao personagem e às narrativas em que ele se insere. O método escolhido envolveu pesquisa de campo com universitários de 18 a 30 anos de idade que consomem assiduamente mídias com zumbis, no intuito de compreender quais são os principais aspectos da autoimagem, da autoestima e das habilidades sociais envolvidos na escolha por mídias de apocalipse zumbi.

O capítulo 2 deste trabalho, intitulado *Da história do zumbi às manifestações na cultura contemporânea*, apresenta um panorama da situação histórica em que o personagem aparece pela primeira vez, a origem cultural do mito, a maneira como esse monstro ressurgiu no mundo contemporâneo e o modo como se dão suas manifestações nos meio midiáticos atuais tais como livros, jogos, programas de televisão e eventos sociais. O capítulo 3, por sua vez, trata da revisão de pesquisas e artigos que abordam o tema do apocalipse zumbi.

O capítulo denominado *O Horror e a Sombra* trata do impacto que o gênero horror tem sobre indivíduos e sociedade. O debate é centrado em torno do processo catártico de expulsão do Mal e do abjeto envolvido na atração por filmes e narrativas de horror desse gênero, abordando questões psíquicas individuais e coletivas relacionadas ao personagem zumbi, bem como ao seu tema, tendo por base os conceitos de sombra e persona da Psicologia Analítica.

Ademais, o capítulo *Desafios da formação da identidade* aborda, também sob o enfoque da Psicologia Analítica, a formação da identidade, da autoimagem e da autoestima, que constituem o complexo egóico, e a influência dos complexos e de seus núcleos afetivos nessa identidade. Os conceitos de persona e de desenvolvimento da personalidade também são abordados para a melhor compreensão do modo como se constitui uma identidade suficientemente aceitável e singular ao longo da vida e dos possíveis entraves a esse processo.

EEE

2 DA HISTÓRIA DO ZUMBI ÀS MANIFESTAÇÕES NA CULTURA CONTEMPORÂNEA

O termo “zumbi” é utilizado para se referir à figura religiosa haitiana e ao personagem fictício das obras literárias e cinematográficas. Um zumbi é uma pessoa que morreu e, mesmo depois de morta, movimenta seu corpo por impulso próprio ou a serviço de alguém. Essa transição para morto-vivo causa, na gigantesca maioria das vezes, perda total da consciência daquele que até então vivia.

Lendas folclóricas da Europa pré-medieval já refletiam a crença de que uma pessoa que morria com problemas inacabados poderia voltar dos mortos para solucioná-los e, enquanto esse morto-vivo se alimentasse de carne humana, continuaria a ter uma existência. Segundo as histórias da antiga Europa, esses “comedores de carne humana” ou “criaturas sugadoras de sangue” tinham a aparência de mortos. Eram descritos ora como “frescos”, conservados e de cor azulada, ora como “podres”, com a carne escurecida, inchados e fedorentos. Essas criaturas eram escravas de uma fome eterna e não serviam a ninguém (BRUNO et al., 2009).

A figura do zumbi conquistou o fascínio e a popularidade no Ocidente a partir do cinema, porém a origem desse personagem é muito anterior ao lançamento do primeiro filme em que aparece (BRUNO et al., op. cit.). Ainda que não existam registros precisos sobre local e período em que surgiram as primeiras histórias sobre zumbis, parece ser nas crenças e superstições da cultura haitiana que se encontram alguns dos primeiros rastros do personagem (TWOHY, 2008). Seria um fenômeno do Novo Mundo, resultado da mistura de crenças religiosas e da história de dor por trás da escravidão no Haiti, no período anterior à independência daquele país em 1804 (WILENTZ, 2012).

Desse modo, muito antes de ganhar fama na cultura norte-americana, os zumbis eram associados ao Haiti e ao Voodoo. O Voodoo fez sua primeira aparição no começo do século XIII, na cultura dos povoados Ewe, em Ghana e na Mauritânia. A cultura Ewe auxiliou o desenvolvimento dos reinos de Benin e Dahomey. Dahomey era, naquele período, o mais importante estado da “Costa dos Escravos” do oeste da África, servindo como eixo internacional para o comércio de escravos. A religião Voodoo, levada pelos escravos que vieram da África, pôde atravessar os oceanos e penetrar em áreas coloniais como as de Santo Domingo (HARRIS et al., 2015).

Uma das mais proeminentes entidades do Voodoo, Damballa Wedoo, é o criador do mundo e detém o poder tanto sobre a vida como sobre a morte. Os sacerdotes do Voodoo

costumavam invocar essa entidade para cuidar dos seus mortos e, simultaneamente, celebrar a morte. Essa adoração do sobrenatural com raízes ancestrais, juntamente com as celebrações em torno da morte, culminou na reputação de adoradores dos mortos atribuída aos povos que praticavam esses ritos. O surgimento das histórias dos mortos evolui a partir disso (HARRIS et al., 2015).

As leis do Voodoo ditavam que pessoas vivas podiam ser “zumbificadas” como punição por crimes contra a comunidade. Ser transformado em um zumbi causava pavor extremo em muitos escravos e serviçais (HARRIS et al., op.cit.). Russel (2007) relata que a população haitiana não tinha medo de se deparar com um zumbi ou de ser comido por um, mas, sim, de se tornar um, pois se tornar essa figura simbolizava “o pior dos horrores”. A mitologia haitiana sugere que um concentrado místico de toxinas transformava homens em criaturas que permaneciam em um estado quase catatônico e careciam completamente de controle moral ou espiritual (HARRIS et al., op. cit.). O estado psicótico induzido pelo coquetel, associado ao trauma psicológico do ritual da morte, reforçava as crenças aprendidas, fazendo com que o indivíduo reconstruísse sua identidade como um zumbi, uma vez que acreditava estar morto e não ter outro papel a cumprir naquela sociedade (TWOHY, 2008). Essas criaturas continuavam a servir seus mestres como mão de obra. Ser transformado em zumbi tornou-se uma forma de punição (HARRIS et al., op.cit.).

A palavra “zumbi” aparece, pela primeira vez, no conto *Le Zombi du Grand Perou, ou la comtesse de Cocagne*, escrito por Pierre-Corneille Blessebois em 1697. Na época, o autor servia como trabalhador escravo na colônia de Santo Domingo, no Haiti, e pôde simpatizar com os escravos que ali viviam, compreendendo suas aflições, seus problemas e, principalmente, entendendo o seus medos. É possível perceber, pelos escritos de Blessebois, que o zumbi era um personagem proeminente na cultura caribenha daquele século, mas o autor não foi muito além da definição do termo zumbi como sendo um espírito maligno. (HARRIS et al., op. cit.).

Os escravos no Haiti daquele tempo viviam em condições extremamente brutais, uma das mais brutais do mundo na época; geralmente trabalhavam além da conta, eram subnutridos e sofriam extremas punições físicas. Comiam tão pouco que, por vezes, seus filhos facilmente morriam de fome. Há que se ter em conta, ainda, que a reprodução dos escravos não era desejada pelos colonos, uma vez que crianças não podiam trabalhar antes dos dez anos de idade. Assim, era mais conveniente comprar um novo escravo (WILENTZ, 2012).

Os escravos haitianos tinham sua própria versão de vida-após-a-morte, que era

compreendida como um retorno do espírito à África. As únicas formas de escapar do trabalho pesado eram a fuga – assumindo os riscos de ser caçado e, possivelmente, capturado – ou a morte. Naquele contexto, o suicídio era comumente contemplado como possibilidade de se libertar do trabalho escravo e a forma mais segura de retomar o controle de seus corpos. Enquanto uns encontravam coragem para tirar suas vidas, muitos ainda temiam o suicídio pelo medo de serem trazidos de volta e obrigados a servir aos colonos mesmo após a morte. Para uma população descendente de escravos, que via na morte uma possibilidade de libertação, a ideia de o indivíduo poder ser evocado dos mortos e forçado a servir para toda a eternidade era extremamente assustadora. A morte, mesmo desejada como forma de fuga, ainda era temida. Portanto, não eram os zumbis que causavam medo nessa população, mas, sim, o processo de zumbificação (WILENTZ, op. cit.).

Diante do medo da zumbificação, uma série de rituais era praticada para garantir que os falecidos entes queridos não fossem transformados em zumbi. As famílias tinham o hábito de colocar um guarda a postos, enquanto o corpo não se decompunha, ou enterravam o cadáver em ruas movimentadas para que ninguém tivesse privacidade ou tempo suficiente para desenterrar o morto. Uma alternativa usada pelos membros da família, para assegurar a partida da pessoa falecida, era a de matá-la novamente por meio de estrangulamento, administração de veneno ou, ainda, com um tiro na cabeça para que o corpo se tornasse inutilizável (TWOHY, 2008). Ainda, por conta da prevalência do Voodoo na cultura, a zumbificação até chegou a ser proibida no Haiti por um tempo (HARRIS et al, 2015).

Foi a partir das superstições e tradições que o zumbi se infiltrou na cultura popular por meio da literatura e da arte em geral (HARRIS et al., 2015). Mesmo o personagem zumbi já fazendo parte do imaginário da população ocidental há algum tempo, parecem ter sido os filmes e os seriados de televisão, produzidos nos Estados Unidos, no século XX, os principais catalizadores e responsáveis pela expansão do sucesso dessa figura, retratando-a como uma ameaça à humanidade (IACCINO, 1994; LOUDERMILK, 2003; RUSSEL, 2007; TWOHY, 2008; KENT, 2009; BRUNO et al., 2009; CLASEN, 2010; FERRERO & ROAS, 2011; HALL, 2011; JANKOWSKY, 2011; STEINBLAT, 2011; STRATTON, 2011 apud GUIMARÃES, 2014).

Os zumbis nunca mais foram os mesmos desde que chegaram ao solo americano e, desde então, sofreram várias mudanças no que se refere às suas características e logo vieram a se tornar tão reconhecidos quanto outros ícones do gênero do terror, como o Drácula, o monstro de Frankenstein e o lobisomem (TWOHY, 2008).

Os primeiros filmes sobre esse personagem, com características semelhantes aos

zumbis haitianos, surgiram nas telas de cinema em 1932, no filme *White Zombie*, e em *I Walked with a Zombie*, de 1943. Entretanto, foi em 1968, com o filme *A Noite dos Mortos-Vivos*, de George A. Romero, que o zumbi se tornou famoso (TWOHY, op. cit.).

Enquanto os vampiros foram sofrendo transformações ao longo da história, assumindo traços de sensualidade, inteligência e nobreza, com o personagem *Drácula*, os zumbis seguiram outros caminhos (TWOHY, op. cit.). Nas ficções populares de hoje em dia, os vampiros desenvolveram consciências que mitigaram a monstrosidade dessas figuras, tornando-se objetos de amor e admiração para alguns. Conforme esse personagem foi sendo humanizado, os zumbis assumiram seu lugar de monstro fonte de pavor (TENGA & ZIMMERMAN, 2013).

Nos filmes anteriores aos de Romero, os zumbis eram vistos como monstros, porém, com a chegada de *A Noite dos Mortos-Vivos* (1968) às telas de cinemas, eles se transformaram em seres canibais – uma característica bastante marcante nos filmes desse diretor. Em nenhum dos filmes de Romero esses monstros são propriamente chamados de zumbis. Contudo, um dos personagens faz uma analogia desses seres com os zumbis haitianos em *Dawn of the Dead* (1978). Assim como os rituais de algumas tribos envolviam a crença de que, comendo a carne do inimigo, estariam absorvendo sua força e habilidade, os sobreviventes nos filmes de Romero, quando mordidos pela horda de mortos-vivos, passam a, literalmente, fazer parte do grupo e se “tornam parte dessa massa sem consciência”. (TWOHY, op. cit., p.13).

Os elementos característicos dos zumbis são similares aos de monstros de outros mitos: como os lobisomens, os zumbis devoram suas presas e suas mordidas infectam os humanos, como os vampiros. Em contrapartida, os poderes dos zumbis são limitados. Suas articulações são por vezes fracas, eles são lentos e quase sem inteligência, agem primordialmente por instinto e perdem, na maioria dos casos, total noção de quem eram antes da zumbificação. O poder dos zumbis não está em suas singularidades. É o seu número que os torna poderosos: são muitos, andam em massa, estão por toda parte e querem comer carne fresca. Essas são as características mais marcantes nos zumbis dos filmes de Romero (GUIMARÃES, 2014). Hoje em dia, zumbis vêm tipicamente em hordas e dificilmente têm vontade própria, consciência e individualidade; constituem um corpo coletivo que age sem pensar (TENGA & ZIMMERMAN, 2013).

Para ser definido como zumbi não é necessário o instinto de comer carne fresca ou estar morto. Casos de zumbificação podem ocorrer por diferentes motivos e alguns zumbis se distinguem dos outros. O aspecto chave que faz de uma pessoa um zumbi é o estado de

ausência de consciência e livre arbítrio, não importando se está viva ou morta. Exemplo disso é o filme *28 Days Later* (2002) no qual a infecção por um vírus conhecido como Rage (fúria) faz com que as pessoas, embora vivas, entrem em um estado de zumbificação, ou seja, percam a capacidade de raciocinar, de reconhecer seus familiares e amigos, de cuidar de suas necessidades básicas, sem que tenham, necessariamente, morrido (TWOHY, 2008).

O diferencial dos filmes *28 Days Later* (2002) e *28 Weeks Later* (2007) é que, nesses dois filmes, a motivação maior dos zumbis não parece ser alimentar-se dos vivos, embora os mordam, mas, de infectar e espalhar a epidemia (TWOHY, op.cit.). Os zumbis desses filmes não são lentos, decrepitos e nem vagam eternamente, mesmo mutilados, como os zumbis que são mortos-vivos; eles conseguem correr, agarrar, escalar com uma força como de um humano e, também, morrem de fome. Chegam a ser muito parecidos com pessoas vivas com a consciência severamente afetada. O diretor de *28 Days Later* (2002) não considera que esse filme e sua sequência façam parte da linhagem de filmes sobre zumbi, entretanto Twohy discorda e argumenta que os zumbis dessas películas estão associados a uma “paranoia nuclear” e que, há muito tempo, a “paranoia nuclear foi substituída por paranoia viral ou bacteriana” (TWOHY, op. cit., p. 27). Assim, para Twohy, mesmo com tal variação, e embora os zumbis desses filmes não sejam como os zumbis tradicionais, ainda devem ser classificados como tal e, portanto, se inserem no nicho de filmes sobre zumbis.

As explicações para o porquê dos humanos se transformarem em zumbis variam de acordo com a época na qual o filme foi lançado. Mas os motivos nunca são muito claros, sempre envolvendo algum mistério. Originalmente, Romero tinha a intenção de não dar qualquer explicação para os mortos retornarem à vida. Posteriormente, justificou brevemente o fato de os mortos estarem retornando à vida em razão de um satélite que voltou de Vênus para a Terra carregando uma radiação misteriosa, capaz de causar mutações. Ao longo dos outros filmes de Romero, diferentes teorias para a zumbificação eram apresentadas, assim como também foram surgindo modificações nos comportamentos dos zumbis (GUIMARÃES, 2014).

Por exemplo, em *The Return of the Living Dead* (1985), a infecção ocorre pela inalação de um gás presente em contêineres do Exército que tiveram um vazamento (TWOHY, 2008). No filme *Night of the Living Dead* (1990), os zumbis são o resultado de experimentos mal sucedidos de cientistas ambiciosos que visam o “progresso” a qualquer custo. Nos filmes *Shivers* (1975) e *Rapid* (1977), a contaminação ocorre por motivos médicos. Em *Shivers*, o médico responsável pelo desenvolvimento do parasita diz que, se a pesquisa for bem sucedida, os humanos se transformarão num “maravilhoso grupo alienado” (TWOHY,

op. cit. p. 24). Em *Zombie Creeping Flesh* (1980), a contaminação ocorre quando vapores químicos são lançados no ar por uma planta desenvolvida por um laboratório, ressuscitando os mortos. Em *Braindead* (1992), o erro humano também é o culpado pelo apocalipse. Na trilogia *Resident Evil* (2002), um humano consegue acesso ao vírus chamado T-vírus e, intencionalmente, espalha-o pelo laboratório que o criou, transformando todos em zumbis. Os diretores dos filmes *Rec* (2007), *Versus* (2000) e *Dead and Breakfast* (2004) optaram por explicar a zumbificação a partir da possessão demoníaca. Tal explicação, contudo, não se tornou tão popular quanto a da contaminação por vírus (TWOHY, op. cit.).

O personagem, já conhecido pela cultura ocidental, recebe e mantém seu sucesso devido a diversos filmes sobre zumbis que são lançados, bem como em razão das refilmagens de filmes antigos e de livros, jogos eletrônicos e eventos sociais em que as pessoas se fantasiam desse personagem. Assim, não se pode dar todo o crédito da popularidade dos zumbis unicamente aos filmes.

Variações do personagem já haviam surgido na literatura e essas outras criaturas devem ser vistas como precursores do personagem zumbi. Considera-se que a obra literária *Frankenstein*, de 1818, de autoria de Mary Shelley, prefigurou muitas ideias sobre os zumbis do século XX, como, por exemplo, o fato de ressurgirem dos mortos, não por meio de formas místicas, mas mediante experimentos científicos, e também pelo fato de os mortos ressuscitados serem degradados e mais violentos do que eram em vida. *Frankenstein* tem suas raízes no folclore europeu, que reúne narrativas sobre a vingança dos mortos, as quais acompanham a evolução dos vampiros e dos zumbis até a concepção moderna. Outras obras literárias do século XIX sobre mortos-vivos vingativos incluem diversos contos góticos de Edgar Allan Poe e *The Death of Halpin Frayser* (1893), de autoria de Ambrose Bierce. Já em se tratando do século XX, temos, nas primeiras décadas, a obra *The Magic Island* de Seabrook (1929), em que o narrador da história encontra, no Haiti, cultos Voodoo que ressuscitam pessoas como servos (GUIMARÃES, 2014).

Na atualidade, há dois livros de bastante sucesso e importantes para quem se interessa pelo tema: *The Zombie Survival Guide* (2003) e *World War Z* (2006). O primeiro se apresenta como um guia completo sobre como sobreviver a um apocalipse de zumbis e, apesar de ser encontrado nas prateleiras de humor das livrarias, seu conteúdo é levado a sério por muitos leitores. Nesse livro, o autor lista todos os tipos de zumbis contra os quais devemos estar preparados, ensina como matá-los e como transformar nossa casa numa fortaleza contra zumbis no caso de um ataque. Já o livro *World War Z* (2006) retrata o mundo após o fim do apocalipse zumbi e apresenta uma espécie de documentário com relatos daqueles que

sobreviveram. Nessa obra, há diversas entrevistas com os personagens que sobreviveram ao apocalipse, descrevendo a vida daqueles que pereceram e daqueles que conseguiram sobreviver (TWOHY, 2008). Recentemente, em 2013, o livro *World War Z* foi adaptado para o cinema.

Durante muito tempo, os videogames buscaram inspiração nos filmes sobre zumbis, mas, a partir do século XXI, os dois gêneros se tornaram tão interconectados que é difícil separá-los completamente. *Resident Evil* (2002), por exemplo, antes de se tornar uma trilogia de sucesso nos cinemas, já era um videogame com muito ibope. De acordo com Twohy (op.cit.), a mudança do público-alvo dos videogames contribuiu enormemente para a popularidade dos jogos sobre zumbis. Nos anos 80, os jogos ainda eram prioritariamente produzidos para crianças. Atualmente, 61% dos jogadores de videogames têm 18 anos ou mais. Estatísticas mostram que é cada vez maior o número de pessoas que optam pelo videogame ao invés de assistir televisão ou ir ao cinema (TWOHY, op. cit.).

O terror com cenário apocalíptico é um gênero de videogame bastante popular atualmente. Embora os filmes e games desse gênero estejam intimamente ligados um ao outro, existem algumas diferenças entre eles que devem ser salientadas; nos cinemas, o espectador “assiste” e, nos games, o jogador participa ativamente, tendo o poder de alterar o desfecho da história. “A curiosidade e a capacidade de investigar, que são tão mortais nos filmes de horror, são essenciais nesses jogos” (LUDICA & CHIEN, 2007, p. 64).

O designer que liderou a criação do videogame *Resident Evil* (1996) queria que o principal aspecto do game fosse o medo e que o tema foco fosse o morto-vivo, e admite que buscou inspiração nos filmes de Romero, bem como no filme *Zombie Flesh Eaters* (1979) (TWOHY, 2008). Tamanho foi o sucesso do personagem nos jogos eletrônicos que a companhia Capcom já lançou o *Resident Evil 6* (2012). E esse não é o único game de sucesso que envolve zumbis. Em 2006, a Capcom lançou o game *Dead Rising I*, que tem por cenário um shopping, o que mostra que o jogo teve uma forte influência do filme de Romero *Dawn of the Dead* (1978). Outras produtoras de games também exploraram o tema. A Wideload Games lançou, em 2005, *Stubbs the Zombie: Rebel Without a Pulse*. A InLight Entertainment lançou *Urban Dead* (2005) e *Teenage Zombies: Invasion of the Alein Brian Thingys!* (2008) (TWOHY, op. cit.).

Na televisão, há também um aclamado programa, *The Walking Dead*, que recebeu diversas críticas positivas. Essa é uma série de televisão lançada em 2010, que se baseia na história em quadrinhos que leva o mesmo nome. O episódio final da primeira temporada teve seis milhões de espectadores com idades entre 18 e 49 anos e se tornou a série dramática da

televisão por assinatura dos Estados Unidos mais vista de todos os tempos até então (WIKIPEDIA, 2015a). Em 2014, o seriado bateu seu próprio recorde de audiência na estreia do primeiro episódio da quinta temporada, atingindo um público de 17,3 milhões de telespectadores e, novamente, foi o programa mais visto pelo grupo na faixa etária entre 18 a 49 anos de idade (“THE WALKING DEAD”..., 2014).

Devido à crescente popularidade desse personagem monstruoso, um evento anual surgiu em que fãs se reúnem para realizar a “marcha dos zumbis”, também conhecida como *Zombie Walk*. Nesse evento internacional, as pessoas combinam previamente de se encontrarem em algum lugar público e se fantasiam como zumbis. Em geral, essas pessoas caminham pelas ruas cambaleando e grunhindo para as que se encontram a sua volta, incorporando o personagem (PASSODIANTE, 2006; WIKIPÉDIA, 2015b).

Atribui-se a outubro de 2003 a data da ocorrência da primeira *Zombie Walk*, na cidade de Ontario, em Toronto (WIKIPEDIA, 2015b). A passeata teria sido organizada por um fã de filmes de horror e apenas alguns participantes teriam comparecido. Com o passar dos anos, esse evento foi crescendo e se espalhou pelo mundo, principalmente na América do Norte e do Sul. Em outubro de 2010, o *Guinness* contabilizou 4.093 “zumbis” em Nova Jersey. Em 2011, centenas de “zumbis” participaram do evento nas cidades de São Paulo (“ZUMBIS”..., 2011) e do Rio de Janeiro (MARÇA..., 2011). Em 2013, cerca de 5.000 participantes compareceram à passeata em São Paulo (MARÇA..., 2013). Em 2012, dez mil pessoas compareceram à *Zombie Walk* na cidade do México. Em 2014, ainda ocorreram *Zombie Walks* nas cidades de São Paulo (HOJE..., 2014) e Rio de Janeiro (‘ZOMBIE WALK’..., 2014), com os participantes ainda variando entre centenas e milhares. Em 2015, por volta de duas mil pessoas se reuniram na cidade de São Paulo para participar do evento (‘ZUMBIS’..., 2015). No total, já ocorrem *Zombie Walks* em aproximadamente 54 cidades brasileiras (WIKIPEDIA, 2015b).

Como pode ser observado pela descrição histórica do personagem, desde sua origem folclórica, passando pelos livros, até os filmes e os videogames, o zumbi é descrito como um morto ambulante que surgiu pela combinação de crenças religiosas e situações de escravidão. Esse mesmo monstro ressurgiu, espalhou-se pela cultura ocidental e, hoje, aparece em inúmeras mídias. Muitas mudanças ocorreram no que se refere às suas características: o zumbi folclórico é fruto de bruxaria, obedece a um feiticeiro e é um escravo isolado, o zumbi americano surge por meio de experimentos científicos que resultam, intencional ou acidentalmente, em pragas e viroses, não obedece a nenhum líder e anda em grupo. Com o passar do tempo, novas versões cinematográficas do personagem continuaram a surgir.

Há muitos motivos para o zumbi, originado na economia escravagista colonial, ter retornado para assombrar o ser humano nos tempos modernos. É um personagem primordialmente assustador e horripilante. Há paralelos que podem ser feitos entre os zumbis e os robôs das distopias industriais. O zumbi também é o trabalhador que não se queixa, trabalha de graça, nunca protesta e ainda não precisa ser alimentado apropriadamente (WILENTZ, 2012). Nesse sentido, não é impossível que pessoas digam que se sentem ou já se sentiram como um zumbi em algum momento ao longo da vida.

A negação das identidades humanas individuais é uma das características mais arrepiantes desse personagem. Uma vez transformado em zumbi, a consciência se perde, não é mais possível reconhecer seres humanos como indivíduos com nome, personalidade ou história de vida. (TENGA & ZIMMERMAN, 2013).

O ataque dos zumbis nos tempos modernos é implacável e viral. Zumbis ameaçam a estabilidade e segurança, não só por meio da ameaça à vida, como também em razão dos seus corpos pútridos. Narrativas de zumbi demonstram como facilmente nossos corpos, nossas casas e nosso universo podem ser invadidos (TENGA & ZIMMERMAN, 2013).

Assim, o zumbi é um monstro que surgiu como um ex-escravo para representar o mal da sua época do mesmo modo que os vampiros foram monstros para demonstrar os males do seu tempo. Assusta os espectadores por lembrar dificuldades e temores atuais, tais como o de ser uma pessoa inserida em uma sociedade massificada em que a individualidade é esmagada. Os zumbis lembram como o corpo humano é frágil e o quanto a confiança nas instituições e nas pessoas estaria abalada no momento atual. Retrata, também, medos e ansiedades com relação a desastres em escala global que podem ser causados pela própria sociedade na busca imprudente pelo progresso ou pelo lucro.

O zumbi é uma figura horrorosa, porém, provavelmente, um horror necessário para alertar e tornar conscientes os maiores temores dos tempos atuais.

3 REVISÃO DE PESQUISAS SOBRE O TEMA

A busca por pesquisas em relação ao personagem zumbi e sua temática se deu principalmente por meios eletrônicos. A busca com vistas ao embasamento teórico valeu-se de sites da Academic Search Premier, Google Academic EBESCO, dos catálogos online da biblioteca da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC, da Universidade de São Paulo – USP, Scielo, Web of Science e Wirley. As palavras-chave utilizadas foram: zumbi, zombie, undead, Zombie Walk, zumbi + psicologia, sombra + psicologia analítica e horror + zombie, depois refinadas para: social relations+ zombie, self esteem + zombie, self image + bodyimage + zombie, body strangeness + psychology e alienation + zombie.

Na primeira pesquisa, diversos artigos, livros e publicações sobre o personagem zumbi foram encontrados. Apareceram artigos das áreas das artes, política, economia, história, filosofia e psicologia. Alguns desses serão brevemente mencionados aqui e mais detalhadamente em outros capítulos teóricos. Apenas um artigo e uma pesquisa foram identificados na área da Psicologia Analítica. Esses últimos serão descritos nesta revisão e discutidos mais profundamente nos capítulos teóricos.

Na busca refinada foram encontradas diversas publicações sobre o personagem: artigos relacionados ao estranhamento de si em relação ao próprio corpo; um artigo sobre casos clínicos de jovens que usam o meio virtual para não enfrentar questões ligadas à imagem corporal; e uma pesquisa sobre o impacto de mídias em massa, especialmente jogos eletrônicos, sobre a autoestima e a imagem corporal.

As pesquisas encontradas oferecem um norte específico sobre a representação do zumbi e suas narrativas dentro da psicologia em geral. Os zumbis possivelmente servem de via para representar fenômenos sociais contemporâneos, o horror, aquilo que recai na sombra, que é reprimido e inconsciente, a insegurança de se vincular às pessoas, o estranhamento perante o Outro e perante si mesmo, assim como a fragilidade do corpo e o medo da morte certa.

Nota-se que o personagem zumbi se manifesta de diversas formas e, por ele ser usado como uma metáfora, seu contexto varia de acordo com o público e com o fundo cultural. É empregado como figura de linguagem e figura de expressão, o que torna possível a sua adaptação a diferentes contextos (WEBB & BYNARD; 2012).

Em uma perspectiva genérica, a revisão de literatura sobre a temática de zumbi revela que, para alguns autores, esse monstro do horror aparece como representação metafórica das

situações vividas por imigrantes ilegais, refugiados e aqueles que buscam asilo (STRATTON, 2001) e como representação dos pobres, dos que trabalham incessantemente, mas nunca de fato têm o bastante (TENGA & ZIMMERMAN, 2013). Os zumbis são, também, comparados à vida desumana da sociedade moderna (KENT, 2009); entendidos como uma analogia da crise financeira global da atualidade (HALL, 2011) ou como metáfora para expressar que a civilização industrial atual pode transformar os seres humanos em pessoas parecidas com zumbis (MURPHY, 2011). O personagem expressaria o medo e a ansiedade da despersonalização frente à multidão ou dentro de grupos, sendo o reflexo de uma sociedade com rápida comunicação de massa (JANKOWSKI, 2011). Os zumbis também servem de metáfora para uma comunidade sem senso de identidade e com laços sociais doentios, na qual cada indivíduo se alimenta do outro (CONNOLLY, 2003). Assim, argumenta-se que a narrativa zumbi suscitaria questões sobre o significado de ser humano em um mundo dominado pela economia neoliberal, pela globalização e pela produção capitalista (WEBB & BYNARD; 2012). Para Tenga e Zimmerman (op. cit.), o zumbi representaria a literalização do que já aconteceu nessa era mecanizada, despersonalizada e movida pelo poder de consumo. A popularização dos zumbis seria, ainda, um reflexo dos acontecimentos histórico-culturais do século passado. O uso, por exemplo, dos avanços tecnológicos nas guerras, com as armas de destruição em massa, segundo Iaccino (1994, p.8), “trouxeram à tona o lado sombrio do homem em grande escala” e os zumbis se tornaram, então, representantes da “escuridão” e “emissários” do aspecto sombrio daquilo que é reprimido e rejeitado no ser humano.

Em um dos trabalhos da Psicologia Analítica, o artigo intitulado *Psychoanalytic theory in times of terror* (2003), Connolly investiga o que Burke, Freud, Kristeva e Jung escreveram sobre a função coletiva e individual do terror. Segundo Connolly, esses autores afirmam que o terror e o horror estruturam o senso de identidade e fortalecem o sentido de comunidade. A partir dos conceitos do Negativo Sublime de Burke e da Sombra de Jung, a autora lança a hipótese de que, em certas condições, o terror pode ter uma função positiva para indivíduos e para a cultura. Assim, os filmes de horror ilustrariam o trabalho do abjeto dentro da cultura; assistir aos filmes de horror envolveria o desejo de participar de uma situação perversa acompanhada de prazer e, em seguida, a vivência do desejo de eliminar o abjeto que nos deu prazer. Ainda, o horror poderia servir para redefinir e fortalecer a identidade coletiva por meio da definição daquilo que a sociedade considera o Outro e que é transformado em bode expiatório. Os filmes funcionariam como um ritual de preservação da ordem simbólica, confrontando o abjeto, expulsando-o e reafirmando as fronteiras entre o que

é humano e o não-humano, o que é o sujeito e o outro, o que é a vida e a morte. Para Connolly, o estranho e o terror estão relacionados ao encontro com a escuridão, com a parte desconhecida e, portanto, inconsciente da personalidade, ou seja, a Sombra. A sociedade atual causaria a perda do senso de identidade, dos laços coletivos e dos rituais levando à falta de identificação com esse coletivo e à perda do contato com o sublime. É justamente o filme de horror moderno que promove essas experiências atualmente.

A única pesquisa em psicologia encontrada na busca, intitulada “*All Flesh Must Be Eaten*”: *análise simbólica do fenômeno zumbi* (GUIMARÃES, 2014) visou compreender o fator motivador relacionado à participação de pessoas na comunidade virtual *Zombie Walk* – Rio de Janeiro e nas passeatas *Zombie Walk*. Essa pesquisa visou investigar o fator motivador do interesse pelo personagem zumbi das pessoas acima de dezoito anos cadastradas na comunidade virtual *Zombie Walk* – Rio de Janeiro, no site de relacionamento virtual chamado Facebook. Também houve o intuito de realizar uma leitura do personagem, com base no conceito de sombra da Psicologia Analítica, levando-se em conta a ideia de complexo cultural. Foi aplicado um questionário com 6 perguntas de identificação e 6 perguntas semiabertas, indagando como o entrevistado entrou em contato com o personagem pela primeira vez, quais eram as cenas mais marcantes dessas narrativas, o que chamava mais a atenção no personagem e que sentimento o entrevistado associava ao personagem. Foram 136 membros da comunidade que responderam ao questionário. Os resultados da pesquisa apontam que o personagem zumbi constitui uma metáfora para alguns complexos constelados na atualidade, associados a sentimento de estranheza, ruptura de vínculos, falta de solidariedade, insegurança existencial, desumanização das relações, consumismo e medo ou negação da morte. A pesquisa concluiu que a leitura desse personagem reflete um panorama atual da vida em sociedade e dos relacionamentos e serve como projeção para angústias individuais (GUIMARÃES, op. cit.).

Há estudos que se referem ao zumbi como um uma expressão do estranhamento de si e do outro. A popularidade do zumbi em novelas, filmes, jogos, quadrinhos e programas de televisão é considerada por Burstson (2014) um preocupante sintoma de alienação no século XXI. A apreensão coletiva pelos mortos-vivos e os esforços heroicos para escapar, resistir, triunfar ou simplesmente subjuga-los e/ou romanceá-los seria um triste sinalizador da prevalência de sentimentos de morte interna, perda de empatia pelos outros e de esperança pelo prospecto humano. Deleitar-se com esse tema também seria um sintoma de alienação e uma tentativa de lidar com a problemática na fantasia, ao invés de tratá-la realmente.

Tenga e Zimmerman (2013) veem esses personagens como aqueles que desmantelam

a individualidade e transformam tudo no caminho em massa indiferenciada e sem pensamento. Consideram que a dissolução do espírito humano tem sido peça chave nas ficções de zumbi, desde o começo, e a negação das identidades humanas individuais é uma das características mais arrepiantes desse personagem. Uma vez transformado em zumbi, não é mais possível reconhecer humanos e os termos que definem as relações humanas como irmão, pai, filho e amigo perdem todo o contexto.

Os autores acima citados também traçam paralelos entre os zumbis e vampiros. Vampiros, nas histórias contemporâneas, são personagens com consciência que se tornaram imortais, que aspiram ao amor, à família e à aceitação. Enquanto os zumbis, ao se apresentarem em grande número, aniquilam qualquer traço de individualidade, os vampiros, diferentemente, parecem preservar a individualidade, que pode ser corrompida, porém nunca é perdida. Esses vampiros “civilizados” deixaram um vácuo que foi tomado pelos zumbis como monstros fonte de horror e repulsa (TENGA & ZIMMERMAN, op. cit.).

Esses dois autores apontam a relação entre imagem corporal e o fato de o zumbi servir como lembrete doloroso de enfermidades físicas. Ao contrário do vampiro, que oferece uma reforma duradoura ao corpo (com beleza, juventude e vitalidades marcantes), zumbis provocam o medo não só de envelhecer e da morte, como de um destino bem pior: uma eternidade em um corpo decrépito, decomposto, possivelmente desmembrado ou mutilado. Nesse sentido, metáforas de aprisionamento em um corpo em decomposição são poderosamente pertinentes. Os autores consideram que essas descrições parecem corresponder à aparente epidemia de transtornos dismórficos corporais e ao medo obsessivo da morte que infestou a cultura ocidental nos últimos anos, particularmente no caso de jovens, que são o público alvo dessas histórias.

Em um dos artigos relacionados à problemática do estranhamento de si mesmo, Lemma (2010) alega que os avanços tecnológicos, aliados aos valores dominantes da cultura contemporânea, possibilitam e aceitam que o corpo e suas funções sejam alterados, estendidos ou até completamente sobrepujados pelo espaço virtual. Na visão dessa autora, isso tem contribuído para a formação de subjetividades alienadas do corpo, gerando e mantendo uma cisão que tem levado a ignorar a importância que o corpo tem para a vida consciente e inconsciente. Dois casos são ilustrados para demonstrar como certos adolescentes vulneráveis usam do ciberespaço para negar a confusão referente ao corpo real. A autora explora, por meio de material clínico detalhado sobre o trabalho com dois adolescentes, como o retraimento para o ciberespaço é usado por alguns jovens como um meio de evitar as implicações psíquicas de estar em um corpo e as ansiedades a isso relacionadas. Para esses

jovens, a própria integridade é sustentada a partir de pseudorrepresentações do corpo, vividas defensivamente como um “brincar” e não consideradas como algo patológico, o que dificulta uma aproximação analítica por parte dos terapeutas. Ainda para a autora, alguns adolescentes são peculiarmente inclinados a optar pelo espaço virtual em razão do refúgio oferecido contra o desafio de integrar a realidade de um corpo sexual à imagem de si mesmo. Para os jovens dos casos clínicos apresentados nessa pesquisa, a imersão no mundo virtual se tornava quase uma condição necessária para poder lidar com a perturbadora alteridade que residia em seus corpos. A autora conclui que, apesar de haver diversas formas por meio das quais as pessoas podem tentar escapar de seus corpos, o que fica claro é que fatores psicológicos particulares como “solidão, baixa autoestima, timidez, ansiedade social e depressão na adolescência estão associados ao uso excessivo de diversas formas de realidade virtual” (LEMMA, 2010, p. 694).

Em outro artigo sobre percepções corporais e estranhamento de si, principalmente sobre dismorfia corporal, Parker (2006) escreve como o papel da família e da sociedade, que demandam corpos dentro de um molde propagado pelos meios de comunicação em massa, são cruciais na formação de transtornos dismórficos corporais. A autora especula que a origem de tais transtornos está relacionada a ferimentos narcísicos precoces, especialmente no que concerne ao espelhamento inicial. Apesar desses processos primários de identificação terem um grande peso, a autora, seguindo o referencial literário sobre transtornos alimentares, enfatiza que a puberdade e adolescência desempenham um papel crucial. Citando outras teorias, a autora relaciona ambos os funcionamentos intrapsíquicos e interpessoais dos transtornos dismórficos corporais ao isolamento e às tentativas defensivas de isolar os conteúdos negativos e os sentimentos de culpa em uma parte do corpo. A autora explora as características da cultura que impactam a condição e dá ênfase particular aos temores em relação à diferença e heterogeneidade. Para essa autora, a sensação de pertencimento se cristaliza no período da adolescência. Se a pessoa não tiver conseguido desenvolver esse sentimento, formaria a convicção de que não há lugar em que possa ser aceita. Aliado a isso, a autora aponta um estudo conduzido pela *Psychology Today*, em 1972, que mostrou que 23% das mulheres norte-americanas e 15% dos homens estão insatisfeitos com sua aparência. A mesma metodologia, aplicada 25 anos depois, teve como resultado o fato de que 56% das mulheres e 43% dos homens disseram estar insatisfeitos. Sendo assim, e preocupantemente, a insatisfação com o próprio corpo pode ser considerada a norma (PARKER, 2006).

Esses dois trabalhos de Lemma e Parker mostram como, devido aos processos naturais de maturação psíquica e de introjeção dos valores morais, uma imagem não satisfatória de si mesmo pode gerar entraves psíquicos, fuga da realidade e transtornos psíquicos em jovens e

que esses problemas podem facilmente perdurar para muito além da adolescência. Esses dois trabalhos trazem questões semelhantes às apontadas nos estudos teóricos sobre o zumbi. Esse personagem também remete a questões relacionadas ao corpo e à fragilidade do ser, bem como às dificuldades de existir como individualidade em uma sociedade que preza pela homogeneidade e rejeita a heterogeneidade.

O que uma pessoa sente em relação ao seu corpo e o valor que dá a si mesma têm consequências significativas, tanto para homens quanto para mulheres. Barlett e Harris (2008) apontam, por meio de outras pesquisas, que uma imagem corporal negativa está relacionada a maiores probabilidades de usar esteroides, praticar exercícios excessiva e não saudavelmente, ter sentimentos depressivos e ansiedade, bem como apresentar distúrbios alimentares. Esses sintomas vão ao encontro daquilo que, segundo alguns autores mencionados no começo, é suscitado pelo zumbi e sua temática.

Resumidamente, é possível observar, por meio dos artigos apresentados sobre o personagem zumbi, que esse serve como via para a manifestação de questões sociais, políticas, econômicas e culturais, além de remeter a algumas dinâmicas do psiquismo humano.

4 O HORROR, O TERROR E A SOMBRA

O cinema, como já mencionado, foi um dos maiores responsáveis pelo sucesso e inserção do personagem zumbi na cultura atual, o que demonstra o poder da sétima arte na sociedade. Nos ensaios do livro *Jung & Film*, diferentes autores junguianos discorrem a respeito da temática em torno da produção cinematográfica. Na visão de dois desses autores, Hauke e Alister (2003), o cinema oferece um meio e um espaço para expressão da psique. Beebe (2005), por sua vez, vê o cinema como um veículo em potencial para o desenvolvimento da consciência. Segundo ele, os filmes da geração pós-guerra, por exemplo, tiveram o papel de ajudar a desenvolver a consciência necessária para suportar os eventos históricos traumáticos. Berry (2003) entende que os filmes, como manifestação artística, não poderiam deixar de refletir as mudanças do psiquismo coletivo decorrentes das transformações econômicas e sociais que ocorreram a partir do século XIX, como o crescimento das cidades, a industrialização, a massificação do consumo e o continuado desenvolvimento de tecnologias inovadoras. Assim, na visão desse autor, o cinema pode ser considerado uma forma de expressão da consciência moderna e, ao mesmo tempo, propiciaria como que molduras para o fluxo contínuo da realidade histórica. A luta contra a fragmentação de si e a reconfiguração de identidade, segundo Hauke (2012), fez com que surgissem novos recursos que permitissem ao homem atual livrar-se dos males causados pela modernidade. Um desses novos recursos teria sido o cinema. Os filmes, para o autor, são como uma refragmentação da realidade, pois, assim como o inconsciente é experimentado pela consciência por meio de lacunas, os filmes também estão cheios de lacunas; são nada mais do que a projeção de inúmeras fotografias que dão a impressão de uma figura em movimento.

Enquanto alguns filmes são acusados de puramente comerciais e banais, Hauke (2012) atenta para o fato de que aquilo que rejeitamos e desprezamos na ficção popular pode propiciar maior autoconhecimento. De acordo com esse autor, as pessoas são enfeitiçadas pelo conteúdo dos filmes por projetarem partes rejeitadas de sua personalidade e, ao mesmo tempo, ficam mesmerizadas ao contemplarem essa identidade por meio desse outro não-eu. Não apenas a história narrada, mas o próprio espaço de projeção cinematográfica – as salas escuras dos cinemas – possibilitaria que as pessoas entrem em contato com emoções que são renegadas e mantidas na sombra. Não sem propósito, o uso do verbo enfeitiçar indica o quão difícil é lidar com aquilo que está no cerne do desconhecido de si mesmo.

Certos filmes conseguem engajar o telespectador ao provocarem emoções poderosas

com suas narrativas. Beebe (2005) argumenta que os filmes mais interessantes são aqueles que articulam o nível documentário com o nível de sonho, ou seja, aqueles que criam um diálogo entre a visão do consciente, ou do ego, e o aspecto onírico do inconsciente. O autor relaciona tais filmes com o processo de imaginação ativa, que possibilita ao indivíduo fazer contato direto com figuras imagéticas do inconsciente. Alguns filmes teriam esse poder e isso explicaria por que assisti-los tornou-se uma atividade tão importante na cultura: a audiência de massa estaria em constante procura, como que numa busca religiosa, pelo filme transformador.

Tendo em mente o poder mobilizador do cinema, passaremos, agora, a examinar aquele aspecto que identifica o gênero cinematográfico mais relacionado aos filmes que tratam do personagem zumbi, ou seja, o terror.

Embora sejam usados indiscriminadamente, há uma diferença entre terror e horror. Terror e horror diferem uma vez que, em sua origem, a palavra terror, derivada de “*terrere*”, está associada a assustar e causar pavor extremo. Por sua vez, a palavra horror, que também tem origem latina – *horrore* –, relaciona-se a aterrorizar ou desgostar intensamente. Assim, terror se refere ao estado mental do medo, no sentido de temor pela vida, enquanto o horror diz respeito ao efeito fisiológico do medo diante de algo ameaçador ou repugnante (CONNOLLY, 2003).

Para Burke (1990 apud CONNOLLY, 2003), o terror envolve a apreensão diante da dor ou da morte, estando relacionado a sentimentos de autopreservação e de privação. Na visão do autor, a diferença entre dor e terror é que aquilo que causa dor opera na mente a partir das sensações corporais, ao passo que, geralmente, aquilo que causa terror afeta órgãos do corpo pela operação da mente que sugere perigo. Entretanto, Burke alega que o terror associado à privação pode produzir um tipo particular de prazer negativo que o autor chamou de “deleite” (*delight*). Para ele, quando o perigo ou a dor estão muito próximos ao indivíduo, são incapazes de proporcionar deleite, contudo, quando estão a certa distância, podem ser altamente apreciáveis.

Connolly (2003), todavia, entende que o deleite ocorre no momento de testar e confrontar as possibilidades do ser humano em sua luta contra os limites do conhecimento. A autora aponta, com base em Lyotard (1984), que a experiência do sublime ocorre quando a imaginação falha em representar a forma correspondente a uma ideia supostamente racional. Isto é, quando ocorre uma recusa em aceitar o limite da imaginação e há um esforço para ir além, na tentativa de fornecer a expressão de algo que não pode ser expresso. Seria, então, justamente, a qualidade paradoxal do terror – de produzir dor e prazer – que faz dele o

princípio decisivo do negativo sublime.

Em *Psychoanalytic theory in times of terror* (2003), Connolly salienta a necessidade de se pensar sobre a psicologia e o terror, indagando-se sobre o motivo pelo qual as pessoas gostam de aterrorizar umas as outras. Investigando o que Burke, Freud, Kristeva e Jung escreveram sobre a função coletiva e individual do terror, e a partir dos conceitos de sublime de Burke e de sombra de Jung, a autora lança a hipótese de que, em certas circunstâncias, o terror pode ter uma função positiva para os indivíduos e para a cultura.

Aprofundando a diferenciação entre os dois conceitos, Rowland (2002 apud CONNOLLY, 2003) acredita que o terror, quando empregado em condições específicas, causa a expansão da consciência, enquanto o horror tem como resultado o recuo do indivíduo e até mesmo a fragmentação da identidade. Tendo isso em vista, Connolly, baseando-se em Burke, argumenta que determinados tipos de terror serviriam, então, como um exercício de imaginação e, na perspectiva da autora, essa ideia tem grande proximidade com os conceitos de sombra propostos por Jung.

Na visão de Humbert (1985), os arquétipos propostos por Jung, como o da sombra e da persona, não se referem a estruturas do aparato psíquico propriamente dito. No entendimento desse autor, esses conceitos devem ser entendidos como parte de um sistema de categorias que representam e configuram os encontros dos indivíduos com múltiplos aspectos da vida, “figuras do outro”, que se manifestam como figuras imagéticas internas mediadoras das relações. Vale notar que, por mais que as características dos arquétipos sejam universais, suas expressões serão, em boa parte, determinadas pelo contexto cultural que moldará as convicções, os valores, a linguagem e os mitos socialmente compartilhados (ZWEIG & WOLF, 2000).

O termo sombra, como conceito da Psicologia Analítica, frequentemente se refere ao lado obscuro, indesejável e ameaçador da personalidade. Em termos gerais, Jung (1945/2004) faz referência à sombra como aquilo que uma pessoa não deseja ser, ou seja, a parte da personalidade que foi reprimida em razão de um ideal de ego. Mas Jung (1934/2011a) adverte que a sombra não se resume a ser estritamente o oposto do consciente, mas é, também, tudo aquilo que falta à consciência. É entendida, ainda, como uma parte da psique inconsciente que está próxima à consciência e não é aceita por esta (ZWEIG & ABRAMS, 2005). Para Guggenbühl-Craig (1978), a sombra envolve imagens, fantasias, impulsos e vivências que tiveram que ser reprimidas no decorrer da vida, abrangendo, portanto, experiências pessoais desagradáveis que o sujeito prefere esquecer.

Sanford (1988) destaca o papel do ambiente circundante na constituição da sombra ao

apontar que, conforme o indivíduo se desenvolve e se identifica com certas características ideais de personalidade encorajadas pelo meio social, as qualidades que não são adequadas à autoimagem ideal e aos ideais da sociedade são deixadas de lado e depositadas na sombra. Assim, a sombra seria a parte da personalidade que foi reprimida em detrimento do ego ideal determinado pela cultura, família, grupo ou instituições que acabam modelando o desenvolvimento do ego. Nesse sentido, Sanford (op. cit.) entende que a sombra age como um sistema imunológico psíquico, auxiliando o ego a definir o que é “eu” e o que é “não eu”.

Tratando-se da relação entre o que a psique apresenta para a sociedade e aquilo que não pode ser apresentado, pode-se dizer que o conceito de sombra está em íntima relação com o de persona. Para Hall (1992), a relação entre sombra e persona se constitui em uma tensão entre opostos, pois a sombra é aquilo que o ego não deseja reconhecer, enquanto a persona é aquilo que pode ser reconhecido e demonstrado. Na visão de Jung (1921/2009), a persona possibilita a comunicação do sujeito com as demais pessoas ao promover a adaptação ao meio externo.

Também para Humbert (1985) a persona é necessária para a relação das pessoas em sociedade. Representando o que alguém, de fato, não é, mas que ele mesmo e os outros pensam que é, seria o resultado de um processo progressivo e árduo de ajustamento em busca do equilíbrio entre as demandas do meio e os aspectos sombrios da personalidade. Seguindo a mesma linha de raciocínio, Alho (2006) ressalta que o coletivo exerce papel pivô na formação da persona, influenciando tanto as decisões cotidianas quanto aquelas de importância vital. Torna-se, então, essencial que se tome consciência da persona e isto, como Humbert (1985) pondera, não significa deixá-la de lado ou abandoná-la, mas, sim, conhecê-la, entendendo sua necessidade e reconhecendo que ela não corresponde à totalidade psíquica.

Whitmont (1991), explorando a expressão do arquétipo, entende que a experiência da sombra abrange buscar, no outro, o mal. O esforço inconsciente de banir ou evitar lidar com a sombra levaria à projeção de seus conteúdos em outras pessoas, que passam, assim, a serem retratadas como o inimigo e a personificação do mal. O outro acabaria, assim, sendo sempre alvo de suspeita e transformado em bode expiatório. Como em toda projeção, a diferenciação entre a realidade das outras pessoas e os próprios conteúdos psíquicos é borrada; torna-se difícil distinguir entre fato e fantasia, identificar, claramente, quem são os outros, onde um começa e o outro termina e, mais difícil ainda, enxergar a si mesmo. Especificamente, quando a sombra está em jogo, projetam-se nos outros o próprio lado obscuro e se passa a odiá-los ou a temê-los sem compreensão e discernimento.

Estratégias de punição e extirpação do mal estariam fadadas ao fracasso uma vez que

reforçam a oposição, a dissociação, a projeção da sombra e a identificação de um bode expiatório (JUNG 1946/2011b). Como Jung (1948/2011c) destaca, a sombra é, primeiramente, um problema de ordem moral que desafia o ego a reconhecer seu lado sombrio real e presente. As projeções da sombra não são reconhecidas como tais e, para torná-las conscientes, é necessário um esforço moral que costuma ultrapassar os limites habituais do indivíduo. Ainda mais, tomar consciência da sombra implica “reconhecer os aspectos obscuros da personalidade, tais como existem na realidade” (JUNG, op. cit., par. 14).

Jung (op. cit.) acrescenta que é bem possível que o indivíduo reconheça o aspecto relativamente mau da sua natureza, mas defrontar-se com o absolutamente mal representa uma experiência ao mesmo tempo rara e perturbadora. Frente ao mal, para Jung (1946/2011d), a única solução seria o reconhecimento consciente da culpa e maldade de cada um e a aceitação não somente da sombra individual, mas também daquela própria da sociedade.

De acordo com Hauke (2012), assim como acontece com os indivíduos, as sociedades têm um lado sombrio que envolve compulsividade, erotismo, violência e criminalidade, e esses elementos são facilmente identificados em diversos filmes. Na visão de Jung (op. cit.), a psicopatologia das massas tem raízes na psicologia individual e o mal está relacionado a uma culpa coletiva, pois, enquanto os traços característicos da sombra podem ser entendidos como componentes da personalidade, as emoções que a sombra produz parecem ter gênese a partir do contato com outras pessoas (JUNG, 1948/2011c). É nesse sentido que, segundo Zweig & Wolf (2000), as manifestações ou projeções da sombra devem ser imaginadas como camadas sobrepostas, com a sombra pessoal se alojando na sombra familiar, que se aloja na sombra cultural, que, por sua vez, está envolvida pela sombra coletiva.

Na visão de Zweig & Abrams (2005), em cada indivíduo há uma sombra coletiva que abarca tudo o que não é aceitável no meio cultural. Essa sombra é o lado obscuro do ideal coletivo. Enquanto a sombra pessoal é um desenvolvimento inteiramente subjetivo, a experiência da sombra coletiva é uma realidade objetiva e é identificada nos problemas sociais, como o crime, a fome, a desigualdade.

Adams (1996, apud CONNOLLY, 2003) também argumenta que conceito o junguiano de sombra não pode ficar limitado à esfera individual, pois a sombra igualmente se aplica aos fenômenos coletivos, e que diferentes culturas e sociedades têm diferentes sombras, maneiras diversas de lidar com os limites, a diferença, o mal e a morte. Connolly (op. cit.) entende que a ideia de Adams pode ser aplicada à questão do terror.

Recapitulando as ideias de Connolly (op. cit.), o estranho e o terror estariam

relacionados ao encontro com a escuridão, com a parte desconhecida, ou seja, com a sombra. Do ponto de vista, tanto individual como coletivo, o processo universal de projeção no outro da sombra individual tem um papel vital na forma como os indivíduos experimentam a diferença e lidam com as outras pessoas. Por outro lado, assim como a sombra de uma pessoa a define, a sombra de uma sociedade ou cultura também assume um papel determinante no seu funcionamento. É nesse sentido que, para a autora, a sombra parece se aproximar da ideia de Burke (1990) de deleite e essa questão é bastante útil para se refletir sobre o fenômeno coletivo dos filmes de terror e horror.

Nos escritos de Julia Kristeva (1982, apud CONNOLLY, op. cit.), a autora se engaja numa tentativa de explorar e descrever aquilo que é considerado nojento, desprezível ou insalubre, que é denominado por ela de abjeto. Para Kristeva, aquilo que é asqueroso e nojento perturba a identidade, o sistema e a ordem, provocando emoções contraditórias de horror e, curiosamente, de fascinação.

Connolly (op. cit.) escreve que, a partir da visão de Kristeva, as ideias de sombra e sublime se relacionam. Isso porque, enquanto o abjeto trabalha por meio do horror, que ocasiona um recuo da consciência ou o colapso dos significados, o sublime funciona por meio do terror e está ligado à expansão dos limites da consciência. Ambos, o terror e o horror, funcionam para delimitar fronteiras entre o eu e o outro, apesar de o horror ocasionar uma expulsão mais radical e o terror, depois do contato, oferecer uma chance de reconciliação com aquilo que causou o medo. Quando se experimenta o sublime, há um colapso das fronteiras do pensamento e o terror, que está relacionado ao encontro com o outro, com o desconhecido, com o irrepresentável, favorece a renegociação das fronteiras. Essa expansão do que se entende por “eu” está ligada à integração do que se entende como “outro”.

Connolly também menciona as ideias de René Girard (1977) e Georges Bataille (1962) sobre o papel da diferença entre o terror e o sacrifício na formação de uma comunidade. Para Girard (1977), o sacrifício é essencialmente a expulsão da alteridade e da estranheza por meio do uso do bode expiatório, expulsão essa essencial para a coesão social e a civilização. Por outro lado, Bataille (1962) vê o sacrifício como uma maneira de entrar em contato com aquilo que é estranho e com a morte. Na visão desse autor, a participação da cena de terror e a visão de uma vítima sendo sacrificada atuam como superação da oposição entre o que é subjetividade e objetividade.

Feitas essas considerações, Connolly (2003) sugere que o terror aumenta a coesão social de duas formas. Na primeira, o terror aumenta o medo da diferença que leva à expulsão do "outro". Na segunda, o terror serve para anular a diferença entre sujeito e objeto,

aumentando a percepção dos nossos próprios limites e finitude, diminuindo o medo do outro. A autora aponta que os funcionamentos desses dois mecanismos são facilmente identificáveis nos filmes, fazendo supor que assistir a filmes seja um tipo de ritual da modernidade.

Os filmes de horror, para Creed (1986), são como um rito moderno referente à profanação, corrupção ou violação e ilustram o trabalho do abjeto dentro da cultura. Em primeiro lugar, assistir a filmes de horror envolve a participação em uma situação perversa, que é acompanhada de um prazer, ocorrendo, em seguida, o desejo de eliminar o abjeto que propiciou tal prazer. Esses filmes funcionam para preservar a ordem simbólica no sentido de confrontar o abjeto, expulsando-o e reafirmando as fronteiras entre o que é humano e não-humano, o que é o sujeito e o outro, o que é a vida e a morte. Para Connolly (op. cit), o modo como a sociedade atual se desenvolveu levou à perda do contato com esse sublime e seriam, então, justamente os filmes modernos que oferecem essa experiência nos dias atuais.

Quando levado em conta o contexto social, o horror e o terror, segundo a mesma autora, aparentam ter duas funções diferentes. Ou podem servir para redefinir e fortalecer a identidade coletiva, por meio da definição daquilo que a sociedade considera o outro, o bode expiatório, ou podem pressionar para que se questione aquilo que a estrutura ideológica da sociedade caracterizou como diferente e desigual. Sobre isso, Connolly (op. cit) aponta que, curiosamente, partir de 1960, os monstros passaram a não ser mais representados como externos à sociedade, mas, sim, como surgindo diretamente dentro dela.

O filme *Night of The Living Dead* (1968), de Romero, é considerado por Connolly como um marco na história dos filmes de horror e terror. Nessa obra, a fonte do mal não é exatamente os zumbis, mas a ordem social e a maneira como a sociedade tem funcionado é o que causa o processo de zumbificação. Possivelmente pela primeira vez no gênero, não houve a preocupação em dar um fechamento à história, que termina com um ambiente social semelhante ao cenário apocalíptico inicial, dominado pelos zumbis. A partir desse filme, parece ocorrer o colapso da tendência dos filmes desse gênero a sempre retratarem o bem e o mal, a ordem e a desordem, o racional e o irracional de forma tão cindida e nítida.

Histórias de personagens como vampiros e zumbis existem desde tempos imemoráveis, entretanto essas histórias nunca foram tão populares e efusivas quanto nos dias de hoje. Para Burston (2014), a surpreendente popularidade do gênero zumbi é um terrível sintoma de alienação no século XXI. Alienação, no sentido proposto por Laing (1976 apud BURSTON, 2014), refere-se, fundamentalmente, a uma alienação da experiência, no sentido que, pessoas normais, sem perceberem, são estranhas até para si mesmas e sequer conhecem suas próprias mentes. De acordo com autor, esse estranhamento de si mesmo se dá por conta

de difusas e abrangentes amarras na percepção, que tendem a mitigar os conflitos internos e os interpessoais, promovendo uma adaptação que não gera conflito algum, nenhum atrito com o ambiente social. Laing considera que esse tipo de adaptação causa atrofia do senso do que é trágico, sublime, absurdo, e da capacidade de pensar criticamente sobre o contexto social.

Para o mesmo autor, na busca de emprego estável em um mercado imprevisível, as pessoas precisam fazer marketing agressivo de si mesmas para evitar o fracasso. Na visão dele, o mercado moderno se tornou um lugar de quase absoluta impessoalidade e inclina o ser humano a se ver como mais um produto de mercado, que pode ou não estar em demanda. Como resultado, os homens teriam se tornado moderadamente esquizoides e experimentariam a si mesmos como partes de uma máquina que serve a um propósito que cabe a outros.

Levando isso em conta, Webb & Bynard (2012) consideram que, devido às pressões da sociedade voltada ao mercado capital globalizado, é mais conveniente colapsar ao status de zumbi: por exemplo, consumir desenfreadamente, eximir-se da capacidade de sentir e, conseqüentemente, deixar de ser um “eu”. Para Burstón (2014), adultos que passam suas vidas inteiras trabalhando nessas condições podem se tornar dependentes dos seus rendimentos e de seu sucesso para manter a autoestima, o que ocasiona um tipo de despersonalização crônica, que certamente gerará conflito na vida do sujeito e afetará suas faculdades críticas bem como seu senso moral.

Retomando Laing (1976 apud BURSTON, 2014), o autor discorre que o estranhamento de si mesmo é mediado, em parte, pela inabilidade do sujeito em ter domínio ou experienciar sua cumplicidade ativamente nos processos sociais e interpessoais, o que o torna estranho a si. Entretanto, alienação não é simplesmente algo que acontece a todos como resultado de forças sociais externas; é também algo que fazemos a nós mesmos para nos adaptarmos a essas forças.

A dissolução do espírito humano, que poderia ser relacionada a esse processo de alienação, é vista por Tenga & Zimmerman (2013) como peça chave nas ficções de zumbi desde o começo. Hoje em dia, zumbis vêm tipicamente em hordas e dificilmente têm vontade própria, consciência ou individualidade; constituem um corpo coletivo que age sem pensar e se alastram através das fronteiras, apagando a memória humana e transformando tudo no caminho em massa indiferenciada e irracional. Para esses autores, a crescente popularidade do gênero zumbi sinalizaria uma era despersonalizada e movida pelo poder de consumo, em que a individualidade morreu e a sociedade caminha cambaleante rumo a um futuro incerto.

Burstón (2014) é ainda mais radical ao considerar que o interesse pelos mortos-vivos e os esforços heroicos para escapar, resistir, triunfar ou simplesmente subjugar-los e/ou

romanceá-los seria um infeliz sinalizador da prevalência de profundos sentimentos de morte interna, perda de empatia pelos outros e de esperança pelo projeto de sociedade global. E, ainda, deleitar-se com a questão da morte, como se fosse um mero entretenimento, também seria um sintoma de alienação, na medida em que se constitui em uma tentativa de lidar com a problemática no reino da fantasia ao invés de tratá-la em suas dimensões profundamente desconcertantes, perturbadoras e reais.

Os autores citados acima notam que, em paralelo ao crescimento da popularidade dos zumbis, nas ficções populares de hoje em dia, os vampiros desenvolveram consciência, o que mitigou a monstrosidade desse personagem e os tornou objetos de amor e admiração para alguns. Vampiros, nas histórias contemporâneas, são personagens dotados de consciência, que se tornaram imortais e que aspiram por amor, família e aceitação. Esses vampiros “civilizados” teriam deixado um vácuo, que foi tomado pelos zumbis, como monstros fonte de horror e repulsa.

Para Tenga & Zimmerman (op. cit.), o zumbi também serve como um lembrete doloroso de enfermidades físicas e representa ameaça à estabilidade e segurança não só em razão do ataque à vida, mas também devido a seus corpos, que são uma forte imagem de desintegração e prenunciam o desmoronamento da civilização. Ao contrário do vampiro, que oferece uma reforma duradoura ao corpo, os zumbis promovem o medo não apenas da velhice e da morte, mas de um destino bem pior: uma eternidade em um corpo decrepito, decomposto, possivelmente desmembrado ou mutilado. Narrativas de zumbi demonstram a mais horrenda verdade humana: somos pilhas de matéria que consomem e excretam pilhas de matéria, e nossos corpos, nossas casas e nosso universo nunca estarão completamente seguros.

É realmente difícil para qualquer ser humano lidar com a fragilidade de sua integridade. Bassil-Morozow (2012) considera que as pessoas querem acreditar que têm personalidade, identidade própria e que são capazes de fazer escolhas diante da inveja, da crueldade e da manipulação; querem acreditar que, de fato, são capazes de controlar a sua sombra. Contudo, a aceitação da sombra envolve uma decisão moral desafiadora que implica perder a esperança na perfeição humana e reconhecer a existência do mal. Perante tamanho empreendimento, a solução oferecida pela pós-modernidade teria sido ignorar a história e seus horrores, numa tentativa de apagar os traumas do passado. O horror e o mal deixaram de ser uma realidade terrível e se transformaram em entretenimento, em filmes hollywoodianos, em jogos, filmes e séries. Mas, mesmo com esses artifícios, a sombra persegue o ego.

Para Webb & Bynard (2012), a psicanálise oferece um ponto de entrada para o sentido metafórico do zumbi, principalmente por permitir leituras que focam em questões de

identidade e perda, bem como por conta das similaridades entre humanos e zumbis. Apesar de um dia já terem sido pessoas, zumbis são e não são pessoas; eles são como os mortos propriamente ditos e precisam ser exilados da comunidade dos vivos. Enquanto para os humanos a morte é o limite, para os zumbis não há esse não é o limite. Para os autores, uma forma de esquecer-se do fato de que um dia todos também morrerão é ignorando, supervisionando ou erradicando os mortos. Por isso, na visão desses autores, os zumbis podem ser lidos como metáforas para a sombra, a parte que sempre retorna para atormentar o sujeito e que nunca pode ser suficientemente reprimida. Essa é uma forma de olhar para zumbis no sentido metafórico: eles expressariam algo da constituição e do funcionamento de si mesmo, expressam a inacessibilidade das partes de si mesmo às leis da linguagem, da cultura e da sociedade. Nesse sentido, devido à constituição do psiquismo, nunca é possível se sentir inteiramente “em casa”, pois sempre haverá algo dentro de cada um, como um mal que espreita. Assim como os seres humanos tentam costurar por entre o vazio de si mesmos e suas partes imperscrutáveis, também os produtores e telespectadores das narrativas do tipo zumbi tentam reconciliar esses dois lados (da vida e da morte) a partir dessas histórias.

Tendo em vista o que foi considerado até aqui, podemos entender que, em razão do medo que ocasionam, o personagem zumbi e suas histórias contemporâneas, bem como os filmes de horror e terror, impactam o espectador por fazê-lo entrar em contato com a sua sombra. Como Iaccino (1994) reitera, os zumbis dão forma a conteúdos arquetípicos considerados aspectos sombrios do ser humano; representam a morte, o inconsciente e o mal. Zumbis são representantes da “escuridão” e se tornaram os “emissários” do aspecto sombrio e daquilo que é reprimido e rejeitado.

Os zumbis fazem as pessoas entrarem em contato com a realidade de que cedo ou tarde todos os seres humanos virarão corpos em decomposição. Ao mesmo tempo em que o personagem amedronta por lembrar a inevitabilidade da finitude, também fascina por tocar na questão do pós-morte, sendo essa sensação ambígua a chave principal para entender como o horror e o terror cativam as pessoas nos dias atuais: fazem olhar para aquilo que não se quer ver e proporcionam uma experiência catártica e expurgatória do medo. O monstro zumbi define vividamente o conceito de abjeto, e a crescente popularidade do gênero zumbi, em paralelo com a reforma e humanização do vampiro, oferece fortes evidências da necessidade do ser humano de objetificar um monstro que seja genuinamente abjeto (TENGA & ZIMMERMAN, 2013).

O zumbi é um personagem horroroso que figura o mal da sua época. É, porém, um horror possivelmente indispensável para que, segundo Hauke (2012), com uma atenção

dedicada e especializada ao que está sendo mostrado, seja possível perceber e ter consciência daquilo que é mantido na sombra – o desconhecido que está entre lacunas – e se tornar atento àqueles que são os maiores temores dos tempos atuais.

5 DESAFIOS DA FORMAÇÃO DA IDENTIDADE

Como mencionado no capítulo anterior, a persona é a parcela de si mesmo que as pessoas mostram a si e à sociedade. A persona pode ser entendida como o oposto da sombra, no sentido de que a consciência evita reconhecer a sombra e todos seus conteúdos perturbadores.

Os atributos da persona, para Jung, também são determinados, em parte, pelas exigências sociais, podendo, ainda, estar relacionados àquilo que a pessoa deseja ser ou aparentar. Por isso a persona se caracteriza como uma máscara, que tem a função de exibir aquelas características mais aceitas socialmente, criando, por assim dizer, uma falsa imagem para as outras pessoas e, muitas vezes, para o próprio indivíduo. Por mais que seja constituída pelo contato da pessoa com o ambiente, a persona não é formada exclusivamente por aspectos coletivos, pois há também certo grau de escolha e, portanto, de individualidade na determinação das características que a constituem. É nesse sentido que a persona representa um compromisso entre o individual e o coletivo, estabelecendo-se como uma solução que leva em conta aquilo que uma pessoa deve aparentar, mas que, ao mesmo tempo, reflete algo da essência individual (HOPCKE, 1995).

Na visão de Hopcke (op. cit.), considerar que a persona oculta o verdadeiro “eu” carrega um tom pejorativo indevido, pois, mesmo que a imagem transmitida não represente a pessoa inteiramente, a persona ainda é extremamente essencial para a inserção do sujeito no seu contexto social e, nos melhores casos, exerce uma função pró-social. Esse autor infere que a persona só adquire um caráter negativo quando o que está em questão é aquilo que ele denomina a “patologia da persona” ou quando há um distúrbio no equilíbrio do jogo de forças entre a persona e o ego. Contudo, faz uma ressalva apontando que Jung destaca que as características da cultura ocidental servem como base para que a maioria das pessoas se veja identificada com sua persona.

Para Hall (1992), tanto a persona como a sombra podem ser reconhecidas e integradas num grau significativo, porém, uma total identificação com a persona obstrui esse processo. Segundo Hopcke (op. cit.), lidar com tal identificação implica, essencialmente, a conscientização e compreensão dos aspectos e do funcionamento da persona, de modo a abrir caminho para a constituição de uma persona mais autêntica e funcional. Esse autor ainda enfatiza que o longo do processo do desenvolvimento para se tornar um sujeito psicologicamente pleno envolve ações de reconhecimento, tolerância e eventual união dos opostos na psique, e isso inclui confrontar a persona.

Hopcke (1995) considera, ainda, que o desenvolvimento de uma persona suficientemente apta a mediar as demandas do mundo interno e externo está diretamente relacionado ao desenvolvimento de um ego suficientemente íntegro. Baseando-se em Jung, ressalta que, caso falte a persona, o indivíduo age com certo infantilismo, ingenuidade e até sem tato perante a vida, o que acarretaria em tipo de personalidade lamentadora e enfadonha, sempre perdida em sonhos. Não ter desenvolvido uma persona significaria, assim, não ter desenvolvido um ego.

Ego é um termo de origem latina que significa “eu”. Jung (1951/2011e) define o ego como por um fator complexo que constitui o centro da consciência e também inclui a personalidade tal como é conhecida e vivenciada diretamente. O ego refere-se à experiência que a pessoa tem de si mesma como um centro de vontade, de desejo, de reflexão e de ação. O ego é entendido por Jung não só como o centro da consciência, mas também como o responsável pelo sentimento de identidade, de continuidade e de coerência. Para ele, o ego é o centro mediador com o qual os conteúdos do inconsciente precisam se relacionar para alcançar a consciência e, portanto, é imprescindível para o exame do que está no inconsciente, pois é por meio dele que os símbolos – as imagens que constituem e representam o humano – podem ser analisados. É o ego que permite que a psique perceba a si mesma (STEIN, 2006).

Diferentemente da consciência, entendida por Jung como simplesmente um estado de reconhecimento dos eventos externos e internos (como estar desperto, atento ou observante), o ego é considerado o ponto focal dessa consciência e seu aspecto mais central e permanente. Assim, confere à conduta consciente determinação e direção, além de contar com a capacidade de reter, dominar e manipular os conteúdos da consciência. Enquanto um ego considerado forte é aquele que pode lidar e movimentar grandes somas de conteúdo consciente, um ego fraco carece desse foco e sucumbe mais facilmente a impulsos e reações emocionais. Vale notar que, por mais que o ego seja essencial para consciência, certas funções do ego podem ser temporariamente suspensas ou até debilitadas sem que ele, ou a consciência, sejam necessariamente destruídos (STEIN, 2006).

A essência do que Wilkinson (2006) chama de ego individual emerge na consciência, sendo definida pelas primeiras relações significativas da criança. O ego, tal como a autora o apresenta, desenvolve-se a partir de uma predisposição inata do bebê humano para a relação, para a interação com as demais pessoas. Os relacionamentos, principalmente os iniciais, ficam impressos na memória implícita e determinam o modo de ser e de se relacionar com os outros. O ego, assim, engendra-se de maneira exógena, a partir das relações primárias. Em experiências saudáveis, essas relações dão origem a estados integrados do ego que permitem

um trânsito tranquilo de um relacionamento para o outro, enquanto traumas vividos na primeira infância podem fazer com que o ego se retraia e se esconda do mundo por meio de mecanismos de defesa. Sendo assim, vivências precoces desastrosas levariam a uma cisão da experiência, provocando estados dissociados do ego e podendo acarretar o desenvolvimento de transtornos de personalidade dissociativos.

Stein (2006) esclarece que o ego se forma e se desenvolve a partir do que Jung (1951/2011e) chama “colisões” com o ambiente, isto é, conflitos, dificuldades, angústias e sofrimento são fatores que levam o ego a se fortalecer. Contudo, essas colisões podem ser catastróficas e acarretar sérios danos à psique. Nesses casos, o ego nascente poderá ficar comprometido, severamente traumatizado e com seu funcionamento radicalmente deteriorado.

No decorrer da vida, conforme o indivíduo interage com o meio ambiente, diversas dessas colisões ocorrem – algumas mais severas que outras – e formam agrupamentos de experiências carregadas de afetividade que irão constituir, assim, uma rede composta por diversos núcleos com carga afetiva. Tais núcleos seriam o que Jung (1934/2000a) define como complexos, sendo os conflitos e os traumas comumente responsáveis por sua formação. Compostos por conteúdos inconscientes, tais complexos têm uma influência perturbadora, uma vez que possuem energia própria e podem atuar no controle da conduta, sentimentos e pensamentos do sujeito (JUNG, 1964/2008). Segundo Jung (1934/2000a, par. 200), “uma pessoa não tem um complexo: o complexo é que a tem”, pois, na medida em que os complexos agem inconscientemente, o sujeito tende a ser “levado” por eles. Mesmo constituindo-se de conteúdos psíquicos conflitivos e inassimilados pela consciência, podem ter uma influência tanto positiva quanto negativa, uma vez que não necessariamente representam obstáculos, mas, eventualmente, representam um estímulo para que o indivíduo se mobilize na direção de novas possibilidades de realização. Tornar-se-iam patológicos somente quanto a carga de energia psíquica a eles associada é de tal ordem que compromete o funcionamento das funções egoicas (JUNG, 1921/2009). Se o ego estabelece contato com o complexo, vivenciando as imagens que surgem, pode transformar a energia até então represada em algo vivificante.

Na concepção de Jung, tal como Stein (2006) aponta, o ego está enraizado profundamente no corpo. Todavia, aquilo que o ego experimenta não é, exatamente, o corpo físico, mas sim a imagem psíquica do corpo (JUNG, 1934/2000a).

Jung (1926/2000b) entende que a psique é uma sucessão de imagens, que não estão alinhadas de modo acidental, mas sim de forma extremamente sensata e oportuna; uma qualidade intuitiva das atividades vitais expressa em imagens. Por sua vez, a psique não existe

por si só e deve pressupor o corpo vivo para poder viver as próprias imagens (JUNG, 1947/2000c).

Jung (1921/2009) conceitua imagem como uma representação psíquica que pode ou não transformar-se em símbolo. Símbolos seriam a manifestação de conteúdos inconscientes, retratados indistintamente, metaforicamente e de forma enigmática. Ainda que possam ser expressos em termos únicos e individuais, apontam, ao mesmo tempo, para potencialidades humanas (JUNG, op. cit.). Contudo, os símbolos não estão sujeitos à imediata e clara tradução, como no caso dos signos. Assim, um símbolo não teria um sentido unívoco, mas poderia ser passível de diversas interpretações, sendo, segundo Jung, a expressão de elementos significativos para os quais não há, no momento, formulação mais perfeita (JUNG, 1964/2008).

Damásio (2000) contribui para o esclarecimento do que pode ser entendido como imagem psíquica. Considera que essa não se refere apenas a uma imagem visual, mas a todas as modalidades sensoriais que representem tanto aquilo que é concreto quanto o que é abstrato, quer de forma precisa ou imprecisa, estabelecendo relações espaciais e temporais. Imagem psíquica, para ele, é sinônimo de padrão mental e é construída a partir de sinais com modalidades sensoriais: visual, auditiva, olfativa, gustatória e somato-sensitiva. Para esse autor, mesmo os sentimentos que constituem o pano de fundo de cada imagem mental são, eles próprios, imagens que sinalizam prioritariamente estados do corpo. Todavia, diferentemente de Jung, a perspectiva de Damásio faz supor que, quando levadas em conta essas múltiplas interrelações dos estímulos sensoriais na construção de imagens, todas as imagens podem ser concebidas como símbolos.

A imagem que uma pessoa tem de si, sua autoimagem, pode ser caracterizada como a impressão que o indivíduo tem de si mesmo (FRAQUELLI, 2008) e é a forma a partir da qual a pessoa se percebe. É dinâmica e sintonizada diretamente com as vivências socioafetivas experimentadas pelo indivíduo ao longo da sua vida (MOSQUERA, 1987 apud BERNARDI, 2006). Intimamente relacionado à autoimagem, o autoconceito, em termos gerais, é entendido como uma visão composta, ou seja, resultado da percepção e da concepção que o ser humano tem sobre ele mesmo. Tal visão seria formada e influenciada, principalmente, por avaliações e experiências diretas com o ambiente e com outras pessoas significativas, com ênfase especial em situações vividas que tenham levado o indivíduo ter experiências de conhecimento (FRAQUELLI, 2008). Bernardi (2006) argumenta que a construção do autoconceito parece ser função das experiências adquiridas na solução de problemas, configurando-se como um instrumento de integração e adaptação, cuja finalidade é manter a estabilidade da autoestima.

O autoconceito, juntamente com as experiências de conhecimento e de aprendizado bem como com a capacidade de resolver problemas, desempenha um papel determinante no nível de autoestima. Para Bernardi, a autoestima é a avaliação que o indivíduo efetua de si mesmo e de seu próprio corpo e, nesse sentido, está relacionada ao valor que a pessoa se atribui e à imagem que faz de si mesma. Sendo assim, é possível dizer que tanto a autoestima quanto a autoimagem possuem uma estreita relação com a imagem corporal e são fatores que influenciam a forma como o ego se percebe (PASQUERO, 2005 apud NASCIMENTO et al., 2008).

O valor que a pessoa confere a si mesma tem importante influência em seus relacionamentos. Segundo Riggio (et al., 1989), baixos níveis de autoestima estão associados a sentimentos de ansiedade e solidão, enquanto bons níveis de autoestima se relacionam a uma maior capacidade de lidar de forma bem sucedida com as exigências das relações interpessoais. A autoestima é um fator de relevância no desenvolvimento das chamadas habilidades sociais – conjunto de atitudes e comportamentos apresentados diante das demandas de uma situação interpessoal (DEL PRETTE & DEL PRETTE, 1999). Exercer um saudável controle das emoções e conduzir ações com vistas a atingir objetivos, reconhecer seus próprios sentimentos e valores, fazer escolhas éticas e construtivas, formar relacionamentos sociais positivos e mostrar compreensão e empatia para com as demais pessoas são exemplos das dimensões das habilidades sociais. Comunicar-se, ter civilidade, assertividade, relacionamento afetivo/sexual, empatia, aceitar elogios, reivindicar direitos, admitir não saber, mudar de opinião e expressar sentimentos positivos são exemplos de habilidades sociais. Tais habilidades, que podem ser consideradas, em parte, fruto de aprendizado, resultam na assim chamada competência social e Del Prette & Del Prette (2001) propõem a hipótese de que ser socialmente habilidoso vincula-se à saúde mental..

Comportamentos e atitudes relacionados às habilidades sociais parecem estar de acordo com ações de uma persona mais autêntica e funcional. É de se supor que um ego mais seguro tem maiores chances de ser socialmente habilidoso, contando com uma persona que pode confrontar as demandas externas e sendo capaz de lidar com os conteúdos advindos da sombra, sem deixar-se levar pelas emoções dos complexos. Em síntese, uma persona mais autêntica e funcional, em conjunto com um ego íntegro e seguro, favorece aqueles comportamentos descritos como socialmente habilidosos, enquanto uma persona fracamente constituída, não. Portanto, autoestima, autoimagem, imagem corporal e identidade se interrelacionam e, para dissertar a respeito dessa relação, torna-se necessário definir o que é imagem corporal e qual seu papel.

Para Schidler (1999), a imagem corporal é um fenômeno multifacetado, sendo não apenas uma construção cognitiva, mas também um reflexo dos desejos, das atitudes emocionais e da interação com os outros. Lewis & Scannell (1995) se referem à Schilder ao definir imagem corporal como a imagem do corpo formada na mente. E mais: na visão de Mauri (2010), a imagem corporal é formada por representações subjetivas da aparência física e da experiência corporal, estando relacionada à autoestima.

Schilder (1999) apresenta a noção de que a imagem corporal é, em princípio, um fenômeno social, pois está sempre cercada pelas imagens e impressões relativas ao corpo das demais pessoas, imagens essas determinadas em razão de proximidade ou afastamento espacial bem como de proximidade ou afastamento emocional. A imagem corporal, segundo Schilder (1999, p. 318), “não se baseia apenas em associações, memória e experiências, mas também em intenções, aspirações e tendências”. Assim, quando se utiliza o termo imagem corporal não se está falando somente de sensações, percepções ou vivências, nem apenas dos aspectos neurológicos ou do conhecimento do próprio corpo, mas sim dos processos fisiológicos, psicológicos e sociológicos em contínua interrelação, considerando-se, portanto, a singularidade das experiências individuais e a influência de grupos sociais na vida de cada indivíduo. Seguindo essa linha de raciocínio, tanto as emoções quanto o próprio pensamento seriam, também, socialmente constituídos. Schilder (op. cit.) entende que o ego só tem sentido quando concebido a partir de sua relação com as demais pessoas, pois um corpo é um entre outros e não há personalidade sem imagem corporal.

Sob outra perspectiva, pode-se dizer que o ego, ao desenvolver, por meio de sensações e percepções, a imagem corporal, desempenha função primordial diante dos desafios e dos desejos. É a partir desses postulados que Mauri (2011) argumenta que a imagem corporal simboliza o “eu” com suas peculiaridades e diferenças, sendo constantemente reelaborada em um processo dinâmico de construção e desconstrução das imagens constituídas. Esse autor considera ser possível compreender o elo entre imagem corporal e representação simbólica na medida em que se entende que realidade e representação não se separam na esfera inconsciente. No inconsciente, há processos de simbolização, condensação e transposição por meio dos quais o investimento psíquico de uma representação pode ser transferido para outra similar que, naturalmente, se torna símbolo da representação primária. Nesse sentido, a imagem corporal estaria relacionada às representações simbólicas do indivíduo e cada símbolo, por sua vez, expressaria a complexidade da identidade de cada pessoa.

O corpo é constantemente marcado pela cultura e pelas práticas sociais que moldam os indivíduos. Brandão (2004 apud MAURI, 2011) menciona que alguns símbolos, em certas

culturas, representam marcos no caminho histórico da existência e da identidade dessas sociedades. Crenças milenares, costumes, leis, diversas formas de arte, conhecimentos científicos marcantes, esportes, celebrações e até mesmo a mitologia, que expressa os perigos da existência por meio de grandes tragédias, fazem parte e formam a identidade cultural. Sobre essa influência, Foucault (2004 apud MAURI, 2011) ressaltava que o controle social sobre a ação e sobre o corpo, o adestramento do gesto, a regulação do comportamento, a normalização do prazer, a interpretação do discurso com o objetivo de separar, comparar, distribuir, avaliar, hierarquizar, fazem com que apareça esta figura singular, individualizada: o homem.

A sombra, ou seja, aqueles aspectos negados da personalidade, também é marcada pela cultura, uma vez que assume o lado não aceito da persona, sendo formada, em grande parte, por aquelas tendências, atitudes e desejos socialmente inaceitáveis. É nesse sentido que Jung expressa a “sombra do eu”, considerando os aspectos alienados do si que constituem, simultaneamente, a identidade do indivíduo (JUNG, 1921/2009). Para Mauri (2011), o desenvolvimento pleno da personalidade só é possível quando se lida com as questões do corpo e da imagem corporal, entendendo que a reconstrução da imagem é possível mediante a disponibilidade de enfrentar os aspectos sombrios da psique. Para o autor, é possível ressignificar tais aspectos, sem a necessidade da utilização de máscaras como subterfúgio e sem deixar-se tomar pelos complexos. Esse processo seria equivalente a uma libertação e dependeria do estabelecimento de um diálogo entre o consciente e o inconsciente, entre desejos, vontades, paixões e razões, entre o que os outros querem do indivíduo e o que este quer de si mesmo. Seria uma integração, que segundo Mauri (2011), proporcionaria um contato com o mundo interno, facilitando a adaptação ao meio externo, pois o contato com as sensações do corpo representa um eixo direcionador e um alicerce para o processo de desenvolvimento da identidade corporal individual. Jung (1928/1996) denomina “consciência livre” esse estado de diálogo entre o consciente e o inconsciente. Nessa circunstância, a consciência estaria liberta dos desejos egoístas e das ambições pessoais que caracterizam o mundo restrito do eu. Esse desenvolvimento, portanto, ressignificaria as experiências vividas, fazendo valer os encontros e desencontros, e caminhando das rupturas às uniões.

Estar em um corpo não deixa de representar um desafio para o ser humano. Para Lemma (2010), o corpo não só carrega traços da experiência com os outros como pode também ser, ao longo da vida, cenário de perdas e descontroles aterrorizantes e perturbadores. Encarar a realidade do corpo envolve certa complexidade: significa que é preciso tomar posse dele, assumindo desejos e limitações e, ao mesmo tempo, aceitar que esse é o local onde se

negociam as trocas, a igualdade e a diferença, a dependência e a separação do outro. Trata-se, em suma, do processo de constituição da identidade que ocorre ao longo dos distintos estágios e fases da vida.

Resumindo, a partir dos autores estudados, pode-se dizer que é mediante as experiências mais remotas, com as vivências únicas de contato com mãe, pai e educadores, bem como por meio dos encontros e desencontros da existência humana, que as imagens constitutivas da elaboração do ser se formam. As trocas estabelecidas com o meio em muito influenciam a autoimagem e autoestima das pessoas e a noção de identidade humana, pois o corpo individual é também constituído pelo corpo social. Possíveis rupturas nesse delicado processo contínuo da vida têm grande impacto no modo como as relações simbólicas são estabelecidas e na formação da identidade como um todo.

A adolescência seria um dos períodos mais desafiadores do desenvolvimento psíquico e da constituição de um senso de identidade. De acordo com os pensamentos de Jung (1947/2000c), a diferenciação da consciência em relação aos pais ocorre somente na puberdade, com a irrupção da sexualidade. Esse período é entendido por Jung como o do “nascimento psíquico” do indivíduo. As mudanças fisiológicas também são acompanhadas por uma revolução psíquica e frequentemente o ego acaba se impondo desmedidamente. Daí o nome que se dá a esta fase: “os anos difíceis” da adolescência. A pós-puberdade, segundo Jung, traz consigo um novo avanço da consciência e é somente aí, na juventude, que começam os reais problemas.

A problemática surgida nessa fase, de acordo com a ótica de Jung (1930/2000d), situa-se, na imensa maioria das vezes, no âmbito das exigências da vida que “interrompem bruscamente o sonho da meninice” (JUNG, op. cit., p. 342). A resistência dirige-se contra a ampliação do horizonte da vida, que é a característica essencial desse período, isto é, existe alguma coisa dentro do ser humano que quer permanecer criança, assim como, em outras fases, há a resistência de abandonar a anterior. No caso do jovem, se ele estiver suficientemente preparado, os encargos que vêm com o trabalho, a profissão, o sustento material, a sexualidade, a procriação, o casamento e os demais desafios da vida adulta podem se dar de forma tranquila. Caso contrário, a pessoa se agarrará a ilusões que inevitavelmente colidirão com a realidade e se tornarão uma fonte de problemas que podem perdurar ao longo de toda a vida adulta.

Lemma (2010) escreve que o período da adolescência envolve uma crise de identidade e é um período em que o jovem começa a se acomodar à realidade de um corpo em transformação, período esse tipicamente iniciado por uma perturbação inquietante à qual se

segue uma revisão da própria identidade. Parker (2006) aponta que a sensação de pertencimento, de ser ou não bom o bastante, cristaliza-se no período da adolescência, o que acarreta ansiedades relacionadas às diferenças e similaridades existentes entre o indivíduo e as demais pessoas. Para Lemma (op. cit.), as exigências características desse período de transição podem ser simplesmente insuportáveis e o processo vivido, catastrófico. Por isso, alguns adolescentes optam, por exemplo, pelo espaço virtual como via de fuga das tarefas inerentes a esse período e, conseqüentemente, da vida. Apesar de haver diversas formas por meio das quais as pessoas podem tentar escapar de seus corpos, como imergir profundamente em tarefas intelectivas ou espirituais para fazer o corpo parecer ser redundante, o autor defende que sentimentos de solidão, baixa autoestima, timidez, ansiedade social e depressão na adolescência estão associados ao uso excessivo de diversas formas de realidade virtual, hábito que pode se prolongar na vida do jovem adulto.

Levando em conta as dificuldades que podem surgir na adolescência e no adulto jovem, e os possíveis entraves assim criados, Lemma (op. cit.) realça que avanços tecnológicos, aliados aos valores dominantes da cultura contemporânea, possibilitam e aceitam que o corpo e suas funções sejam alterados, estendidos ou até completamente sobrepujados pelo espaço virtual, o que contribuiria para a formação de subjetividades alienadas do corpo, gerando uma cisão entre o corpo e a psique. O delicado e complexo processo responsável pelo estabelecimento de um senso de si mesmo na adolescência pode ser obstaculizado pela implacável ênfase na transformação, mudança e triunfo sobre o corpo que agora é possível. Lemma (2010) escreve que, nesses casos, a integridade do senso de identidade é sustentada a partir de pseudorrepresentações do corpo vividas defensivamente como um brincar, que é usado como forma de não confrontar a árdua tarefa psíquica necessária do amadurecimento, privilegiando a simulação, ao invés da realidade, e correndo risco de achar que aquela ilusão corresponde ao real. Para Lemma, ainda, o escape da realidade, nesses casos, pode se tornar quase uma atitude necessária para lidar com a perturbadora alteridade que reside dentro de si – para lidar com a própria sombra, com esse outro que compõe a própria identidade.

As mídias digitais, os livros e os filmes estão dentre as possibilidades de escape oferecidas pelo mundo contemporâneo. Adentrar no mundo dos adultos, no mundo dos homens, provoca temores por conta dos problemas reais e das pessoas reais que podem ser vistos como ameaçadores. Vale notar que Stein (2006) pontua que o ego, por estar enraizado no corpo, teme profundamente a morte do corpo; um medo de que a extinção do ego se siga ao desaparecimento do corpo. A depender do percurso de desenvolvimento do indivíduo, os

desafios do mundo real podem, assim, ser encarados como empreitadas arriscadas não apenas psíquica, mas fisicamente também. Nessas circunstâncias, o jovem adulto pode se ver diante do seguinte dilema: para que o corpo e o “eu” sobrevivam ao mundo e à sociedade, a consciência necessitaria ser ou profundamente alienada (vivendo uma vida aparentemente sem conflitos) ou excessivamente habilidosa (o que exigiria da psique um empenho de tal ordem que a mera tentativa pode ser mais nociva do que positiva).

As fantasias apocalípticas parecem ser capazes de simbolizar justamente os temores relacionados à capacidade de sobrevivência em um mundo ameaçador, permeado pelo conflito e pela desconfiança em relação às demais pessoas. Os monstros zumbis, por sua vez, podem ser considerados como expressando a vontade implacável de manutenção de alguma forma de vida, ainda que a custo da desumanização. Nesse sentido, as narrativas que tratam de cenários apocalípticos povoados por zumbis serviriam de tela de projeção justamente para os temores vividos sombriamente e associados aos desafios do desenvolvimento psíquico.

O ego é sentido através dos outros, pois o corpo é um entre outros, e é essencial para analisar os símbolos. O ego é o centro da consciência, o eixo da personalidade, é mais ou menos igual à identidade e ele é de vital importância no desenvolvimento da imagem corporal. Não há imagem de si nem imagem corporal sem ego, apesar de certa forma se assemelharem à personalidade, porque estas são resultados de um processo através das imagens decodificadas pelo ego. Contudo, a imagem corporal simboliza o “eu” na medida que a imagem corporal faz menção ao “eu”. A imagem de si mesmo é formada a partir da noção de identidade e personalidade do sujeito e, enquanto símbolo, carrega a impressão da somatória de interações com o mundo interno e externo, dependendo também de o quão capaz e seguro o ego é em lidar com essas adversidades, os complexos e em decodificar as imagens psíquicas de si. Juntamente a essa autoimagem, é criada uma visão afetiva em relação àquela personalidade, acarretando numa autoestima, que serão dependentes uma da outra.

Os fracassos, sucessos perante a vida – até mesmo quando lidando com as próprias emoções - e o que a sociedade condena ou aceita, como já mencionado, tem grande impacto na formação da persona e, ao que indica, também na autoimagem e autoestima, pois dependem de o quão bem capacitado o sujeito é de lidar com os problemas que o mundo dele apresenta. Essas vitórias e derrotas dependem, até certa medida, da consciência de si, da integridade e seguridade do ego e também de capacidades como as habilidades sociais, estando todos estes elementos relacionadas a autoimagem e autoestima do sujeito. As características dos comportamentos descritos pelas habilidades sociais compõem uma descrição de atividades e comportamentos que na teoria Junguiana assinala a maneira do

indivíduo se relacionar com o outro. O conceito de persona de Jung refere-se à adaptação externa do eu e o autor demonstra que a importância da construção da persona na adolescência e na juventude. Pode-se intuir que essas habilidades derivam das competências do ego ao lidar com as tarefas que o conjunto composto pela cultura, sociedade e meio ambiente propõem enquanto também modula as manifestações dos impulsos inconscientes através de classes de habilidades como as de autocontrole, expressividade, civilidade e até empáticas.

A imagem de si mesmo e a imagem corporal estão em constante transmutação, porém há períodos em que são proeminentemente importantes na formação de identidade como um todo. A adolescência é considerada um período extremamente importante para o desenvolvimento da personalidade e certas experiências podem causar bloqueios no desenrolar desse processo que possivelmente perdurarão ao longo das próximas etapas. Há diversos entraves que podem ocorrer e refúgio à fantasia é extremamente tentador para adolescentes que sofrem ao lidar com as mudanças e os encargos que vêm durante esse período. De acordo com Jung (1947/2000c), cria-se um problema psicológico tanto naquele indivíduo que se protege contra o que é novo e estranho, regredindo, assim, ao passado, quanto no que se identifica com o novo e foge do passado: suas consciências permanecem nos estreitos limites ao invés de se expandir na tensão dos opostos e se construir de forma mais ampliada. Jung entende que a superação desses entraves e o confronto com as sombras são essenciais para a constituição de um ser humano amplamente desenvolvido.

6 OBJETIVOS

Objetivo geral

Investigar a possível relação entre o consumo de mídia apocalipse zumbi, as percepções de si mesmo e as relações que o indivíduo estabelece com seu meio social.

Objetivos específicos

- Avaliar a autoestima e autoimagem dos participantes.
- Avaliar as habilidades sociais dos participantes.

Hipótese

Universitários que consomem assiduamente mídias de apocalipse zumbi apresentam autoestima e autoimagem negativas e/ou prejuízo nas suas habilidades sociais.

7 MÉTODO

7.1 Caracterização do estudo

Este estudo visou identificar quais são as variáveis específicas que podem ser importantes para a compreensão do tema estudado. Para isso, o enfoque quantitativo foi utilizado.

O método quantitativo de pesquisa caracteriza-se pelo emprego da quantificação, tanto nas modalidades de coleta de informações, quanto no tratamento dessas através de técnicas estatísticas. Frequentemente utilizadas nos estudos descritivos que procuram descobrir e classificar a relação entre variáveis, pesquisas quantitativas propõem-se a identificar as variáveis mais relevantes, para assim poder explicar as complexas características de um problema (RICHARDSON, 1989).

7.2 Participantes

Universitários, sendo 15 homens e 5 mulheres, entre 18 e 30 anos de idade, moradores na região da Grande São Paulo ou nas cidades adjacentes que consomem, assiduamente, mídias que envolvem zumbis em cenários apocalípticos ou pós-apocalípticos.

Dentre os fatores de inclusão para a seleção de sujeitos participantes, os entrevistados apresentaram ao menos um destes requisitos: considerar-se um fanático por mídias de apocalipse zumbi e/ou pelo personagem zumbi; considerar-se um consumidor assíduo de histórias apocalípticas e pós-apocalípticas em que monstros zumbis são apresentados como antagonistas; preferir e jogar assiduamente por muitas horas, ao longo da semana, jogos eletrônicos com esse tema; ter participado diversas vezes da passeata *Zombie Walk*.

7.3 Instrumentos

7.3.1 Questionário de autoimagem e autoestima (STOBÄUS, 1983)

Após a questão semiaberta, foi apresentado ao entrevistado o Questionário de Autoimagem e Autoestima (Anexo 2). Esse é um questionário com cinquenta perguntas sobre aspectos da autoimagem e autoestima, sendo 27 dessas relacionadas à autoimagem e 23 à autoestima, que são pontuadas de 1 a 5. As respostas devem ser assinaladas entre “sim”, “quase sempre”, “algumas vezes”, “quase nunca” ou “não” diante de questões tais como “considero-me uma pessoa feliz?”, “gostaria de ter saúde diferente?”, “gosto de aprender?”.

As questões avaliam aspectos orgânicos, sociais, intelectuais e emocionais da autoestima e autoimagem e cada um desses aspectos é subdividido em aspectos específicos. Os aspectos orgânicos são subdivididos em aspectos genético e fisiológicos. Os sociais são subdivididos em status socioeconômico, condições de família e realização estudantil e profissional. Os aspectos intelectuais, em escolaridade, educação e sucesso profissional. E os aspectos emocionais, em sucesso profissional, bem-estar social e integridade moral.

A pontuação total do questionário de Stobäus pode oscilar entre 50 a 250 pontos. O questionário considera que, quanto mais próximo de 150, mais positiva é a autoestima e autoimagem dos indivíduos. A autoestima e autoimagem são consideradas positivas quando o escore do questionário for superior a 150 e negativas quando o resultado for inferior a 150. Entretanto, se o escore estiver muito abaixo de 100, ou acima de 200, e quanto mais próximo estiver dos valores extremos, mais a autoimagem e autoestima podem ser consideradas como distorcidas.

O questionário tem um coeficiente de fidedignidade (alfa de Cronbach) de 0,65 e foi validado para a população brasileira por Stobäus (1983). A aplicação desse questionário tem o consenso do autor.

7.3.2 Questionário de habilidades sociais, comportamentos e contextos para universitários (QHC-Universitários)

O QHC-Universitários é instrumento destinado a universitários, que tem como proposta a avaliação das habilidades sociais e da interação com pais, irmãos, amigos, namorados ou colegas de moradia em diversos contextos (LOUREIRO & BOLSONI-SILVA, 2015).

Esse questionário avalia tanto a frequência quanto as características dos comportamentos relacionados a cinco temas: comunicação, expressividade – de sentimentos positivos e negativos bem como de opiniões em geral –, fazer e receber críticas, falar em público e apresentar seminários.

Propõe-se que o instrumento seja utilizado em contextos de avaliação e intervenção clínica, tendo por base dados que permitem identificar escores indicativos de problemas e habilidades sociais. Para além das avaliações em clínico e não clínico que o instrumento prevê pela análise quantitativa dos dados, também se recomenda uma análise qualitativa de forma a construir hipóteses sobre contingências que possam estar em operação.

O QHC-Universitários demonstrou ter quocientes de fidedignidade (alfa de Cronbach) 0,772, para a Parte 1 do instrumento, e 0,933, para a Parte 2 (LOUREIRO & BOLSONI-SILVA, 2015). O questionário foi validado para a população brasileira por Bolsoni-Silva (2011 apud LOUREIRO & BOLSONI-SILVA, 2015) e é adquirido para uso.

O questionário é dividido em duas partes e ambas apresentam questões que devem ser assinaladas e são somadas no final. A primeira parte apresenta questões referentes à frequência de certas ações relacionadas aos cinco temas mencionados acima e devem ser marcadas como “frequentemente”, “algumas vezes”, “quase nunca” ou “não se aplica”. Essa parte inclui questões como “você conversa com seu pai?”, “expressa sentimentos positivos para sua mãe?”, “expressa sentimentos negativos para seu(s) amigo(s)?” e “você recebe críticas de seu(s) amigo(s)?”.

A segunda parte delimita quais comportamentos desses universitários aparecem diante de distintos interlocutores, em quais situações, quais são as ações do interlocutor e quais são os sentimentos do entrevistado diante da situação. Por exemplo, no tema expressividade de sentimentos negativos, na linha do interlocutor “mãe”, aparece a opção de sentimentos negativos para essa interlocutora em “diversas situações” ou em situação específica. Ainda, o entrevistado pode assinalar que, naquela situação, ele(ela) se sente contente, inseguro(a),

seguro(a) ou com medo de reprovação.

Quadro 1 – QHC-Universitários – Codificação de Fatores

Parte 1 - Frequência	
Categorias	Temas
Fator 1: Comunicação e Afeto	(Comunicação + Expressão de Sentimentos Positivos + Expressão de Opiniões)
Fator 2: Enfrentamento	(Expressão de Sentimentos Negativos + Fazer Críticas + Receber Críticas)
Fator 3: Falar em Público	(Falar em Público + Apresentar Seminários)
Parte 2 - Qualidade	
Categorias	Conjunto de Itens
Fator 1: Potencialidades	(Situações/Assuntos, Comportamentos Habilidade, Consequência Positiva, Sentimentos Positivos)
Fator 2: Dificuldades	(Comportamento não Habilidade, Consequência Negativa, Sentimentos Negativos)

A Parte 1 do questionário mede a frequência dos comportamentos e a Parte 2 avalia a qualidade desses comportamentos. O questionário estabelece um escore agrupado em diferentes categorias, a saber: Comunicação e Afeto, Enfrentamento, Falar em Público, Potencialidades e Dificuldades. Tais categorias são pontuadas a partir das respostas aos diversos temas, para a Parte 1, ou por um conjunto de itens das respostas das respostas do questionário, para a Parte 2. Os totais assim obtidos são, por fim, comparados com os valores de referência para classificação.

Quadro 2 – QHC-Universitários – Referência e Classificação em Clínicos e Não Clínicos

Categorias Gerais	Escore	Classificação em Ansiedade ou Depressão
Parte 1 – QHC-Universitários		
Fator 1: Comunicação e Afeto		
Fator 2: Enfrentamento		
Fator 3: Falar em Público		
Parte 2 – QHC-Universitários		
Fator 1: Potencialidades		
Fator 2: Dificuldades		
Valores de Referência		
Parte 1 – QHC-Universitários		
Categorias Gerais	Escore Clínicos	
	Depressão	Ansiedade
Fator 1	0 a 18,5	0 a 20,2
Fator 2	9,2 ou mais	0 a 7,1
Fator 3	0 a 4,5	0 a 4,5
Parte 2 – QHC-Universitários		
Categorias Gerais	Escore Clínicos	
	Depressão	Ansiedade
Potencialidades	0 a 72,0	0 a 71,5
Dificuldades	18,5 ou mais	16,5 ou mais

O resultado do questionário para a habilidade social leva o somatório dos escores totais a ser avaliado/classificado em duas grandes categorias (clínico e não clínico). A partir da soma dos pontos dos temas é possível delimitar quais destes fatores – comunicação e afeto, enfrentamento, falar em público, potencialidades e dificuldades – apresentam escores considerados clínicos ou não clínicos, quando se leva em consideração indicadores de ansiedade e depressão. Note-se que, entretanto, neste estudo, optou-se por não avaliar a diferenciação de escores clínicos e não clínicos dos traços de ansiedade e depressão, que são

apresentados nas tabelas interpretativas do manual, e foi somente considerada a classificação geral para ambos os traços de modo amplo. Também foram considerados, nos resultados, os temas sob os quais as categorias são subdivididas no questionário proposto.

7.4 Procedimentos

7.4.1 Local e Data

O encontro com cada um dos entrevistados ocorreu considerando os horários e as possibilidades de local comuns ao pesquisador e ao entrevistado. As entrevistas ocorreram tanto em espaços reservados dentro das universidades como também, em alguns casos, na própria residência de alguns dos entrevistados, na sala de espera do condomínio em que moram, em restaurantes nas proximidades de seus lares e até mesmo no consultório do pesquisador.

7.4.2 Seleção dos participantes

Foi utilizado o procedimento da Bola de Neve (*Snowball Sampling*), descrito por Baldin e Munhoz (2011) como uma técnica que utiliza cadeias de referência não probabilística em que uma pessoa identifica outra que se encaixa no perfil da pesquisa e, assim, sucessivamente. Para tanto, a pesquisa foi divulgada, por meio de mensagem padrão, para pessoas conhecidas do pesquisador, por correio eletrônico, e em diversos grupos de redes sociais na internet. Nessa mensagem, o pesquisador se apresentou, informou o tema da pesquisa e os requisitos para participação. Foram escolhidos os 20 (vinte) primeiros participantes que cumpriram os requisitos da pesquisa.

A mensagem foi a que segue: “Olá! Meu nome é Gregório Dias e estou desenvolvendo uma pesquisa de mestrado pela PUC-SP sobre pessoas que gostam de filmes, séries ou jogos zumbis. Estou procurando jovens ou adultos universitários que frequentemente leem, jogam ou assistem mídias de apocalipse zumbi e/ou se consideram fanáticos por mídias zumbi, para

realizar uma entrevista. Se você gosta muito de seriados, filmes, jogos ou livros com mortos-vivos, por favor, faça parte da minha pesquisa! Para participar, você precisa morar na região ou nas cidades adjacentes da Grande São Paulo, precisa ter entre 18 a 30 anos de idade, estar cursando ensino superior e, principalmente, precisa gostar muito dos temas com zumbi e dedicar bastante tempo a essa atividade. Se tiver interesse em participar, entre em contato comigo. Todas as informações serão mantidas em sigilo. Muito obrigado.”

7.4.3 Procedimento de intervenção

Após a indicação e a seleção dos indivíduos dispostos a participar da pesquisa, foi estabelecido com eles o primeiro contato por meio de mensagens nas redes sociais, por telefone ou pessoalmente. Formalizado o convite para contribuição com o presente estudo, foram expostos os objetivos e a relevância da pesquisa, além de oferecidas informações quanto ao anonimato das informações e ao método de coleta de dados, com ênfase sobre o livre arbítrio do participante para se retirar da pesquisa a qualquer momento, se assim o desejasse. Também foi solicitado do participante o seu e-mail para que fosse enviado o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, a ser entregue assinado no momento do encontro com o pesquisador.

No encontro, mais uma vez foram apresentados os objetivos da pesquisa, explicitados o procedimento de intervenção e a sequência de aplicação dos instrumentos, esclarecendo possíveis dúvidas. Após essa etapa, foi recolhido o Termo de Consentimento assinado pelo participante. Foi ressaltado que seria usado um gravador para registro de qualquer comentário ao longo do encontro e que ele poderia não ser gravado caso não quisesse.

Foi-lhes entregue, então, o QHC-Universitários para ser preenchido. Após, foi apresentado ao participante o questionário de Autoimagem e Autoestima (Anexo 2) para ser assinalado.

Os encontros tiveram uma duração média de 40 minutos, com alguns tendo se estendido por até 90 minutos. Ainda foi oferecida uma sessão devolutiva ao término do trabalho, caso o participante assim o desejasse.

7.4.4 Procedimento de análise de dados

Foram apuradas as respostas do Questionário de Autoimagem e Autoestima (STOBÄUS, 1983), de acordo com o gabarito proposto pelo instrumento. As respostas assinaladas no Questionário de Habilidades Sociais, Comportamentos e Contextos para Universitários (QHC-Universitários) foram contabilizadas e analisadas conforme o instrumento indica.

Para comparar as variáveis de ambos os questionários e buscar correlações entre um questionário e outro, foram utilizados o coeficiente de Pearson (r) e a avaliação entre médias a partir do teste t-Student.

O coeficiente de Pearson é uma medida do grau de relação linear entre duas variáveis quantitativas. Permite perceber se, quando uma das variáveis aumenta, a outra aumenta, ou se, quando uma aumenta, a outra diminui (FILHO & JÚNIOR, 2009). Enquanto isso, o teste t-Student é utilizado para avaliar a diferença entre as médias de dois grupos, averiguando se a média da amostra é igual ou diferente de um valor de referência ou da média de uma amostra (ou população) (SILVA, 2014).

Foi feito uma análise dos instrumentos/questionários e também foi levantada a tendência do grupo na expressão das categorias propostas pelos instrumentos de aplicação, as quais visam apreender aspectos relacionados à autoimagem, à autoestima e às habilidades sociais. Uma vez correlacionados os dois instrumentos, foi feita discussão sobre as possíveis motivações por trás da escolha da mídia de apocalipse zumbi fazendo analisando sob o prisma da Psicologia Analítica.

7.5 Procedimento ético

Antes da divulgação da pesquisa para seleção dos participantes, o projeto foi apresentado ao Comitê de Ética em Pesquisa da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo para avaliação de sua conformidade com os critérios da Resolução nº 466 de 12 de dezembro de 2012 do Conselho Nacional de Saúde, do Ministério da Saúde, a fim de que fossem consideradas a sua relevância social, a concordância do seu método com os critérios

de ética e o respeito para com os participantes da pesquisa.

Além do contrato verbal com os participantes, foi apresentado a eles e por eles assinado o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, informando sobre os procedimentos e o compromisso de sigilo e anonimato dos relatos coletados, em caso ou não de publicação da pesquisa realizada (Anexo 1).

8 ANÁLISE DOS RESULTADOS

8.1 Questionário de Autoimagem e Autoestima

Aplicado o Questionário de Autoimagem e Autoestima (STOBAUS, 1983), as 50 questões foram pontuadas de 1 a 5 de acordo com as respostas dadas, levando-se em conta quando o questionário considera a questão como estando na negativa (nesse caso, atribui-se 1 ponto à resposta “sim”). Os valores assim obtidos foram somados para obtermos a pontuação total de autoimagem e autoestima para cada participante. O valor total das questões varia de 50 a 250, sendo 150 o valor intermediário. Valores totais abaixo de 100 ou acima de 200 sinalizam a possibilidade uma imagem irreal. Há 26 questões referentes à autoimagem, cuja pontuação pode variar entre 26 e 130 pontos (sendo 78 o valor intermediário). A pontuação das demais 24 questões relacionadas à autoestima varia entre 24 e 120 pontos (sendo 72 o valor no meio da escala).

Colocando em paralelo as respostas de cada participante, bem como o valor da autoestima, autoimagem e o total de cada participante, foi possível obter a média e a mediana com um valor de 1 a 5 para cada resposta do grupo da amostra.

Os resultados obtidos com o questionário estão apresentados na Tabela 1 – Respostas ao Questionário de Autoimagem e Autoestima, em que são discriminados os valores por questão atribuídos às respostas de cada participante, os totais obtidos, a média e a mediana por questão e para o grupo como um todo.

O questionário também possibilita uma análise mais detalhada, levando em conta quatro aspectos da autoimagem e autoestima que, por sua vez, também são divididos em outros subaspectos, apresentados a seguir, no Quadro 3. As cores utilizadas nesse quadro estão replicadas na Tabela 1 de modo a que possa ser identificado o aspecto a que cada questão se refere.

Quadro 3 – Aspectos da Autoimagem e da Autoestima

<u>Sociais</u>	<u>Intelectuais</u>	<u>Emocionais</u>	<u>Orgânicos</u>
Status socioeconômico	Escolaridade	Felicidade Pessoal	Genéticos
Condição Familiar	Educação	Bem-estar social	Fisiológicos
Realização Profissional	Sucesso Profissional	Integridade Moral	

Tabela 1 – Respostas ao Questionário de Autoimagem e Autoestima

Participante Questão	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	Média	Mediana
1	3	2	1	4	1	2	1	1	1	2	1	1	5	5	3	1	1	1	2	4	2,1	1,5
2	4	3	5	5	1	4	4	4	4	5	3	4	4	1	5	4	4	1	5	3	3,65	4
3	2	3	3	1	1	1	1	3	3	1	2	3	4	3	5	4	3	2	4	2	2,55	3
4	2	3	2	3	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	3	1	2	3	4	1	1,8	1,5
5	4	2	3	4	1	5	1	1	5	5	2	1	3	1	5	4	2	1	3	3	2,8	3
6	3	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	4	3	4	2	1,75	1
7	2	2	2	1	1	1	1	3	1	1	2	4	1	3	3	2	3	3	4	1	2,05	2
8	2	3	2	1	1	1	3	4	3	1	2	3	1	1	3	4	3	3	3	3	2,35	3
9	4	3	5	3	3	1	2	1	4	2	3	3	3	5	5	5	3	3	4	5	3,35	3
10	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4,7	5
11	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	5	4	3	5	5	4	4	4	4	4,12	4
12	2	2	2	5	4	4	4	5	5	3	4	4	4	2	4	5	2	4	2	3	3,5	4
13	4	4	4	5	5	4	5	5	5	2	4	4	4	4	5	5	3	3	5	4	4,25	4
14	5	4	4	5	3	3	4	5	5	1	4	5	3	4	4	4	4	4	5	3	3,95	4
15	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	3	4,7	5
16	5	3	5	5	3	5	4	5	3	5	5	3	5	2	5	5	4	4	2	5	4,15	5
17	3	1	2	3	1	4	1	1	2	2	1	5	1	1	1	1	2	3	4	3	2,1	2
18	3	4	3	1	2	5	2	3	4	1	3	3	2	2	3	4	3	5	2	3	2,9	3
19	4	1	4	4	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	5	1	3	3	3	3	2,15	1,5
20	3	1	3	3	3	2	4	3	2	1	2	3	1	2	3	2	4	2	4	3	2,55	3
21	1	1	2	4	1	5	1	4	1	1	2	1	1	1	1	5	2	3	1	2	2	1
22	4	4	4	3	1	4	3	1	4	1	3	5	3	1	5	5	5	4	5	5	3,5	4
23	3	3	3	2	2	1	1	3	2	3	2	3	3	3	1	1	3	3	1	2	2,25	2,5
24	2	5	4	3	3	4	2	4	1	1	3	2	1	1	3	5	1	3	3	2	2,65	3
25	3	2	2	1	1	1	4	3	3	1	3	4	1	2	1	4	1	3	4	3	2,35	2,5
26	4	3	5	3	4	3	1	5	5	2	3	2	5	4	5	5	4	5	4	5	3,85	4
27	4	5	2	5	3	3	3	5	5	3	4	3	2	2	5	5	5	4	4	3	3,75	4
28	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4,85	5
29	4	3	5	4	4	4	5	5	5	4	3	1	3	2	3	3	5	4	4	4	3,75	4
30	4	4	4	4	5	4	5	2	5	2	4	4	4	3	5	5	3	4	4	5	4	4
31	3	3	4	4	1	1	3	4	5	1	3	3	3	1	3	5	5	4	4	4	3,2	3
32	5	3	5	3	4	4	4	5	5	5	4	5	4	1	4	5	5	4	5	5	4,25	4,5
33	4	3	3	2	3	5	1	5	3	4	2	3	1	3	3	5	1	3	5	3	3,1	3
34	5	3	5	5	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	5	4,2	4
35	3	3	5	5	4	5	4	3	4	5	5	2	5	5	3	5	5	5	3	5	4,2	5
36	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	2	4,7	5
37	4	3	3	3	1	3	2	2	2	1	2	3	1	3	4	4	2	3	3	3	2,6	3
38	4	5	5	4	5	4	3	3	5	4	4	1	4	5	3	5	5	5	4	5	4,15	4
39	5	4	4	4	1	4	4	5	4	2	3	4	3	3	3	4	5	4	5	3	3,7	4
40	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	3	4	4	4	5	5	5	3	4	4,4	5
41	3	2	5	3	5	4	3	1	5	3	3	5	3	4	4	3	5	3	4	4	3,6	3,5
42	4	4	5	3	3	3	3	3	3	5	2	3	5	4	3	1	5	3	5	4	3,65	3,5
43	4	5	4	5	4	3	3	3	5	2	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3,9	4
44	3	3	5	3	1	3	4	4	1	5	3	2	4	1	4	5	1	3	3	3	3,05	3
45	5	5	5	4	5	4	3	5	5	4	4	5	5	5	3	5	5	4	5	5	4,55	5
46	4	4	5	5	3	3	1	3	3	4	1	2	4	4	5	5	5	3	4	5	3,65	4
47	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	4	2	5	4	5	5	5	5	5	5	4,6	5
48	4	4	5	5	1	3	5	3	5	4	3	3	5	5	1	5	1	1	5	1	3,45	4
49	4	4	5	5	2	3	3	4	4	5	3	3	2	4	4	5	4	4	4	3	3,75	4
50	5	4	5	3	3	3	3	5	5	2	4	5	1	1	5	5	5	4	5	5	3,9	4,5
Autoimagem	100	94	112	101	85	100	86	103	100	86	89	86	94	87	106	116	94	99	98	98	96,7	98
Autoestima	86	70	83	81	53	67	69	72	87	57	66	74	62	56	78	90	85	76	95	80	74,35	75
Total	186	164	195	182	138	167	155	175	187	143	155	160	156	143	184	206	179	175	193	178	171,5	175

Calcularam-se, também, os valores médios, para o conjunto da amostra, relacionados aos aspectos da autoimagem e da autoestima e suas subcategorias. As médias, obtidas a partir do somatório de pontos atribuídos às questões, em cada subcategoria, dividido pelo número de participantes, estão apresentadas na Tabela 2, a seguir.

Tabela 2 – Valores médios dos Aspectos de Autoimagem e Autoestima

<u>Sociais</u>	<u>Intelectuais</u>	<u>Emocionais</u>	<u>Orgânicos</u>
3,1	3,5	3,8	2,75
Status socioeconômico	Escolaridade	Felicidade Pessoal	Genéticos
2,56	3,56	3,4	2,55
Condição Familiar	Educação	Bem-estar social	Fisiológicos
4,45	3,625	4,1	2,9
Realização Profissional	Sucesso Profissional	Integridade Moral	
2,4	3,33	3,4	

Observando e comparando os valores específicos de cada variável, foi possível apreender diversas características específicas da amostra.

Percebe-se, primeiramente, que, a partir dos valores médio e mediano do total do questionário para o grupo como um todo (171,5 e 175, respectivamente e, aproximadamente, 3,5, se considerarmos respostas de 1 a 5), a amostra apresenta um bom nível médio de autoimagem e autoestima. Nenhum valor esteve abaixo de 100 e apenas um dos participantes esteve levemente acima de 200, sem outras grandes variações. A autoimagem e autoestima do conjunto da amostra poderiam, então, ser consideradas adequadas.

Contudo, os valores totais referentes às questões de autoestima e de autoimagem, quando comparados com seus respectivos valores intermediários, apresentaram uma modesta disparidade. A autoimagem do grupo teve pontuação total proporcionalmente melhor que a da autoestima, quando considerados os valores intermediários. Isto é, enquanto a autoimagem média do grupo pontuou em torno de 97 pontos (estando quase 20 pontos acima do valor intermediário correspondente), o valor médio para autoestima do grupo foi de, aproximadamente, 75 (estando apenas 3 pontos acima do valor intermediário para

autoestima). Assim, a autoestima da amostra pode ser considerada regular, enquanto a autoimagem dos participantes pode ser considerada boa.

As questões com os valores mais baixos dentre as médias e medianas de cada questão e que mais se destacam foram as seguintes: 1 (“Gostaria de fazer mais atividade física?”), 4 (“Gostaria de ter maior êxito profissional?”), 6 (“Gostaria de estudar mais?”), 7 (“Preocupo-me com minha situação financeira?”), 17 (“Sinto conflitos interiores?”), 19 (“Gostaria de ser mais inteligente?”), 21 (“Gostaria de ter memória melhor?”) e 23 (“Canso-me facilmente?”).

As questões com menor pontuação foram, principalmente, relacionadas a subaspectos de escolaridade (6), genéticos (19 e 21), de realização estudantil/profissional (1 e 4), havendo aquelas relacionadas a outros subaspectos variados.

Por outro lado, as questões com maiores valores, considerando-se as médias e as medianas, foram as seguintes: 10 (“Gosto de aprender?”), 15 (“Tenho curiosidade em conhecer coisas novas?”), 16 (“Tenho planos para o futuro?”), 28 (“Tenho boas relações com as pessoas mais íntimas?”), 32 (“Sinto-me abandonado pelos meus amigos?”), 35 (“Considero-me uma pessoa tolerante?”), 36 (“Tenho senso de humor?”), 40 (“Acuso os outros de erros que eu cometo?”), 45 (“Sou uma pessoa submissa?”) e 47 (“Sinto que os outros me evitam?”).

A questão com maior pontuação média (questão 28) foi referente ao aspecto social (subaspecto de condições familiar). As demais questões com valores médios elevados foram as de número 10 e 15, referentes ao aspecto intelectual (dos subaspectos de escolaridade e de educação, respectivamente), as de número 32, 36 e 47 do aspecto emocional (subaspecto de bem-estar social) e as de número 35, 40 e 50, também do aspecto emocional, porém, do subaspecto de integridade moral.

A partir da divisão das questões dos subaspectos e convertendo as respostas de cada subaspecto em valores de 1 a 5, temos ainda que foi possível comparar os diversos subaspectos e identificar aquele que aparece como mais positivo e aquele que está mais defasado quando comparado com todos os outros aspectos e subaspectos.

Enquanto os aspectos intelectuais e emocionais apresentaram uma boa pontuação (estando não só acima de 3 como de 3,5), os aspectos sociais e orgânicos foram os menos pontuados, em média, e indicam peculiaridades a serem consideradas. O total dos aspectos orgânicos, por exemplo, acabou tendo o menor valor médio quando comparado aos outros aspectos e, curiosamente, mesmo assim, não obteve o menor valor médio dentro dos 11 subaspectos. O subaspecto com menor valor médio foi o de realização estudantil/profissional (com 2,4), ao passo que o subaspecto de status socioeconômico (2,55) do aspecto social

praticamente empatou, como segundo menor valor, com subaspecto genético (2,56) dos aspectos orgânicos. Entretanto, apesar desses dois subaspectos do aspecto social terem sido praticamente os mais baixos, foi o aspecto orgânico que ficou por último quando comparado aos quatro aspectos, uma vez que o subaspecto de condição familiar acabou sendo o maior valor médio de todos os 11 subaspectos, o que teve um efeito considerável no valor médio do aspecto social como todo.

Apesar do subaspecto de escolaridade (do aspecto intelectual) situar-se dentro da média do grupo e acima do valor considerado intermediário, a questão com menor valor médio (a número 6 – “Gostaria de estudar mais?”, com 1,75) fez parte do conjunto desse subaspecto, enquanto a outra questão cujo o valor médio foi similar a esse (a questão número 4 – “Gostaria de ter maior êxito profissional?”, com 1,8 pontos) pertence ao conjunto de respostas do subaspecto que teve o menor valor médio entre todos os subaspectos gerais, o subaspecto de realização estudantil/profissional. Nesse sentido, os resultados sugerem que os aspectos de realização profissional, status socioeconômico e genéticos encontram-se em déficit quando comparados com os subaspectos que estão em torno da média do grupo como o de escolaridade (apesar de uma questão desse subaspecto ser uma das mais deficitárias) ou até mesmo quando comparados com os subaspectos de condição familiar ou de bem-estar social.

Em síntese, nota-se, mediante a análise das respostas ao questionário, que o conjunto de autoimagem e autoestima do grupo de participantes demonstrou ser relativamente positivo. Contudo, houve uma diferença razoável entre as pontuações totais das questões de autoimagem e de autoestima, sendo que as questões de autoimagem obtiveram maior pontuação do que as de autoestima, quando comparadas, proporcionalmente, aos seus próprios valores mínimos e máximos. A diferença entre esses dois conjuntos de resultados foi, basicamente, devida ao fato de algumas respostas às questões de autoestima terem obtido valores menores e muito abaixo da média da amostra. Observe-se que não necessariamente a maioria das questões de autoestima esteve entre aquelas com menor pontuação, mas as questões 6 – “Gostaria de estudar mais?” (com 1,75 pontos em média), e 4 – “Gostaria de ter maior êxito profissional?” (com 1,8 pontos em média), foram as que mais influenciaram no rebaixamento da pontuação total de autoestima da amostra.

As questões de autoimagem, em contrapartida, estiveram, sim, predominantemente, entre as mais pontuadas. Asseguraram a manutenção da autoimagem dos participantes as questões de autoimagem dos subaspectos de condição familiar (28 – “Tenho boas relações com as pessoas mais íntimas?”), bem-estar social (36 – “Considero-me uma pessoa tolerante?” e 45 – “Sou uma pessoa submissa?”), educação (15 – “Tenho curiosidade em

conhecer coisas novas?") e escolaridade (10 – "Gosto de aprender?"). Enquanto que as questões que foram as principais responsáveis pelo baixo valor de autoestima referem-se aos aspectos socioeconômicos (7 – "Preocupo-me com minha situação financeira?"), de realização estudantil/profissional (4 – "Gostaria de ter maior êxito profissional?") e também de escolaridade (6 – "Gostaria de estudar mais?").

Observando-se as questões de autoimagem com maior pontuação, poder-se-ia dizer que os resultados indicam que a amostra constitui um grupo de indivíduos que se veem como pessoas com boas relações com seus parentes e outras pessoas íntimas. Consideram-se tolerantes e pouco submissos. Também reconhecem os próprios erros ao invés de acusarem os outros. Veem-se, ainda, como pessoas que têm senso de humor, são curiosas, gostam de aprender e têm facilidade em criar ideias.

Contudo, ao observar as questões de autoimagem com menor pontuação, percebe-se que os participantes acreditam não só que precisariam ser mais inteligentes e ter memória melhor, mas também que deveriam fazer mais atividades físicas e que se cansam facilmente. Ficou claro, ainda, que são pessoas que ainda não realizaram tudo que pretendem na vida e que estão insatisfeitos com a própria situação financeira.

Por outro lado, levando-se em conta as questões de autoestima com maior pontuação, vê-se que os entrevistados se valorizam por se verem como pessoas que sentem segurança em suas atitudes e por não se sentirem abandonados pelos amigos nem evitados pelos outros. Além disso, a maioria também respondeu que, caso pudesse recomeçar, não faria tudo diferentemente.

Todavia, a análise das questões de autoestima com menor pontuação indica que os participantes, em geral, não se preocupam muito consigo mesmos e estão preocupados mais com sua condição financeira e com o fato de não terem obtido, ainda, o êxito profissional que desejam. As respostas também indicam que são pessoas que sofrem conflitos internos, principalmente por terem necessidade de estudar mais, mesmo considerando-se suficientemente escolarizadas.

Concluindo, os participantes demonstraram um bom nível de autoimagem e uma pontuação regular em autoestima. Dos aspectos da autoimagem e da autoestima, os mais deficitários foram os relacionados aos aspectos de status social e orgânicos, com especial atenção aos subaspectos de status socioeconômico, realização estudantil/profissional e genéticos. Os aspectos que tiveram maior escore foram os sociais e os intelectuais, sendo os subaspectos com maior pontuação os de condição familiar e bem-estar social.

Assim, tendo em mente o significado dos conceitos de autoimagem e autoestima, pode-se supor que, em geral, os participantes da amostra, apesar de terem uma boa impressão a seu próprio respeito, não demonstram afeição a si mesmos proporcional à imagem que fazem de si, uma vez que os valores médios para autoimagem foram consideravelmente maiores que os para autoestima.

Entende-se com isso que, mesmo havendo uma impressão relativamente positiva de si com relação à escolaridade (“Gosto de aprender?” e “Tenho facilidade em criar ideias?”), mesmo com uma condição familiar favorável (“Tenho boas relações com as pessoas mais íntimas?”), mesmo com certa vocação para educação (“Tenho curiosidade em conhecer coisas novas?”) e sabendo que contribuem para o bem-estar social (“Considero-me uma pessoa tolerante?” e “Sou uma pessoa submissa?”), o que assegura uma autoimagem relativamente positiva, os participantes não se valorizam tanto quanto poderiam em razão de questões referentes às realizações estudantis/profissionais (“Gostaria de ter maior êxito profissional?”), ao atual status socioeconômico (“Preocupo-me com minha situação financeira?”) e, também, de uma questão em particular referente à sua escolaridade (“Gostaria de estudar mais?”).

8.2 Questionário QHC-Universitários

O QHC-Universitários é um questionário que avalia a frequência de comportamentos de universitários diante das pessoas de sua convivência e também busca avaliar como se dão esses contatos, quais são as atitudes dos participantes nas diversas interações com esses interlocutores, quais são as ações dos interlocutores e como os participantes se sentem em cada interação. A primeira parte do questionário avalia a frequência dos comportamentos e a segunda parte, a qualidade dos comportamentos.

A primeira parte do questionário apresenta questões como “o quanto você conversa com seu pai/mãe/irmão(s)/amigos?”, “o quanto você expressa sentimentos positivos para seu pai/mãe/irmão(s)/amigos?”, “você expressa sentimentos negativos para seu pai/mãe/irmão(s)/amigos/namorado(a)?”, “você faz críticas dirigidas ao seu namorado(a)?” e até “com que frequência você fala diante de pessoas desconhecidas”. As respostas devem ser assinaladas entre “frequentemente”, “algumas vezes”, “quase nunca” ou “não se aplica”. A primeira vale 2 pontos, a segunda, 1 ponto e as duas últimas valem zero. As perguntas são divididas em temas de “comunicação”, “expressividade: sentimentos positivos”,

“expressividade: sentimentos negativos”, “expressão de opiniões”, “sobre fazer críticas”, “sobre receber críticas”, “falar em público” e “apresentar seminários”.

Esses temas se agrupam e os respectivos resultados são somados para obter o escore para os fatores de frequência de comportamento. O escore do Fator 1: Comunicação e Afeto é composto pela somatória das respostas às 14 questões referentes aos temas “comunicação”, “expressividade: sentimentos positivos” e “expressão de opiniões”. O escore do Fator 2: Enfrentamento é obtido pela soma dos pontos atribuídos às 12 perguntas relativas aos temas “expressividade: sentimentos negativos”, “sobre fazer críticas” e “sobre receber críticas”. Por fim, o escore do Fator 3: Falar em Público é obtido pela soma dos pontos das 4 questões relacionadas a “falar em público” e “apresentar seminários”.

A segunda parte do questionário, que avalia as características dos comportamentos dos participantes nas diversas situações com as pessoas de sua convivência, apresenta quadros com diversas alternativas para situações/assuntos; ações do interlocutor; ações do próprio participante e possíveis sentimentos diante de interlocutores. Nessas questões, o participante pode assinalar mais de uma alternativa com relação às interações com mãe, pai, irmãos, colegas de república ou namorado(a). A ser respondida de modo similar, há, também, uma seção com perguntas a respeito das interações, ações e sentimentos dos participantes quando falam em público ou apresentam seminários. Esses quadros de alternativas a serem assinaladas também são divididos em temas, tal como na primeira parte, porém, não são os temas que são avaliados, mas, sim, categorias que compõem os fatores Potencialidades e Dificuldades. Cada alternativa assinalada vale 1(um) ponto e, somadas, constituem o escore das categorias discriminadas a seguir.

O escore de Situações/Assuntos é obtido com a soma de todas as alternativas que foram assinaladas e que correspondem a situações ou assuntos que levam o participante a interagir com seus interlocutores.

O escore para Comportamentos Habilidosos é obtido pela soma das alternativas assinaladas referentes a “suas ações”, que tenham um aspecto positivo, a saber: conversa; elogio; telefona; diz que gosta; abraça; procura aproximar-se; envia e-mail; fala/conversa; explica; expressa a opinião; fala pausadamente, em tom adequado; dirige-se para o grupo; apresenta calmamente. Os Comportamentos Não Habilidosos têm o escore definido pela somatória das alternativas, também referente a “suas ações”, que indique alguma dificuldade, a saber: fica calado(a); bate; fica bravo/grita; muda de assunto; não diz nada; sai da situação; fala muito rápido; fala muito baixo; gagueja; sua frio; fica ansioso; olha somente para o professor; olha para baixo.

O escore de Consequências positivas é estabelecido pela somatória das seguintes respostas assinaladas, relativas a “ações do seu interlocutor”: demonstra interesse; emite opiniões; introduz novos assuntos; conta fatos que acontecem com ele; conversa mostrando interesse; retribui da mesma forma; percebe, mas espera vir conversar; explica, expressa opinião; acata; prestam atenção; elogiam; fazem perguntas/comentários. No mesmo sentido, o escore de Consequência Negativas é obtido a partir da soma dos assinalamentos às alternativas a seguir, que estão em “ações do seu interlocutor”: apenas ouve; não fala nada; conversa mostrando desinteresse; muda de assunto; demonstra timidez; não retribui; diz que você não gosta dele(a); fica agressivo; fica tímido(a); sai da situação; não diz nada; não olham para você/ignoram; desaprovam.

Ambos os escores de Sentimentos Positivos e Sentimentos Negativos são obtidos a partir das alternativas assinaladas vinculadas ao quadro de resposta “seus sentimentos”. Para Sentimentos Positivos, o valor é atribuído a partir da soma de cada resposta que seja: contente, feliz; seguro(a); satisfeito(a); confiante. Para Sentimentos Negativos, as alternativas são: inseguro(a); despreparado(a)/incapaz; ansioso(a); medo das pessoas não prestarem atenção; medo de reprovação; medo de reprovação dos colegas.

Os escores de Situações/Assuntos, Comportamentos Habilidosos, Consequências Positivas e Sentimentos Positivos são somados para obter o valor de Potencialidades, enquanto o escore de Comportamentos Não Habilidosos, Consequências Negativas e Sentimentos Negativos são somados para obter o valor do fator Dificuldades. Ambos os escores são comparados com valores de referência para classificar os repertórios em clínicos ou não clínicos para depressão e/ou ansiedade.

Aplicado o questionário QHC-Universitários, os valores das alternativas referentes à frequência dos comportamentos dos participantes foram contados de acordo com o quão frequente é o comportamento dos participantes. A seguir, foram somados ao conjunto do respectivo fator. Cada alternativa da segunda parte foi somada de acordo com a categoria de que cada uma faz parte, para encontrar os valores das categorias a serem somadas no conjunto de potencialidades ou dificuldades. Os resultados obtidos estão discriminados na Tabela 3 – Tabela de codificação dos escores obtidos no QHC-Universitários.

Os valores dos fatores de cada parte do questionário foram comparados com os valores de referência (Tabela 4 – Valores de Referência do QHC-Universitários) para averiguar quais fatores de comportamento dos participantes podem ser classificados como clínicos ou não clínicos para ansiedade e/ou depressão.

Tabela 3 – Tabela de codificação dos escores obtidos no QHC-Universitários

Participante:	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T		
	Parte 1- Categorias de frequência - Escores																				Média	Mediana
Fator 1: Comunicação/Afeto	27	17	21	11	16	17	24	7	20	18	13	21	19	9	20	19	8	21	25	12	17,25	18,5
Fator 2: Enfrentamento	4	6	12	3	5	6	4	2	19	6	10	18	3	12	4	2	4	5	11	8	7,4	5,5
Fator 3: Falar em Público	4	5	1	2	3	5	4	2	6	5	4	5	5	4	5	6	5	4	3	4	4,05	4
	Parte 2 – Categorias de conteúdo – Escores																					
Situações/Assuntos	62	25	21	21	29	51	40	20	61	32	58	42	35	52	42	34	18	30	37	38	37,4	36
Comportamentos Habilidosos	18	11	10	11	10	12	16	9	19	14	17	12	14	12	16	12	8	9	16	12	12,7	12
Comportamentos Não Habilidosos	9	6	8	2	1	8	5	3	7	3	12	10	10	8	5	5	5	10	1	3	5,8	5,5
Consequências Positivas	39	22	19	19	16	37	45	16	36	23	45	32	24	24	30	32	15	26	29	29	27,6	27,5
Consequências Negativas	7	1	3	0	0	3	2	0	0	3	16	3	6	20	1	0	1	9	5	2	4,1	2,5
Sentimentos Positivos	82	18	32	26	13	61	43	30	85	20	72	35	40	22	57	55	31	40	66	31	42,16	37,5
Sentimentos Negativos	19	9	17	11	8	30	34	16	1	19	34	33	14	60	12	6	7	38	9	7	19,7	15
Fator 1: Potencialidades	201	76	82	77	68	161	144	75	201	89	192	121	113	110	145	133	72	105	148	110	119,2	111,5
Fator 2: Dificuldades	35	16	28	13	9	41	41	19	8	25	62	46	30	88	18	11	13	57	15	12	29,7	22

Tabela 4 – Valores de Referência do QHC-Universitários

Parte 1 – QHC-Universitários				
Categorias Gerais	Escores Clínicos		Escores Não Clínicos	
	<u>Depressão</u>	<u>Ansiedade</u>	<u>Depressão</u>	<u>Ansiedade</u>
Comunicação e Afeto	0 a 18,5	0 a 20,2	18,6 ou mais	20,3 ou mais
Enfrentamento	9,2 ou mais	0 a 7,1	0 a 9,1	7,2 ou mais
Falar em Público	0 a 4,5	0 a 4,5	4,6 ou mais	4,6 ou mais
Parte 2 – QHC-Universitários				
Categorias Gerais	Escores Clínicos		Escores Não clínicos	
	<u>Depressão</u>	<u>Ansiedade</u>	<u>Depressão</u>	<u>Ansiedade</u>
Potencialidades	0 a 72,0	0 a 71,5	72,1 ou mais	71,6 ou mais
Dificuldades	18,5 ou mais	16,5 ou mais	18,4 ou menos	16,4 ou menos

Estabelecendo a comparação dos valores de cada fator com o que o questionário classifica como escore clínico ou não clínico para ansiedade e/ou depressão, é possível determinar quais fatores clínicos foram comuns entre os participantes e também qual diagnóstico do repertório para a amostra como um todo. O detalhamento dos resultados assim obtidos está apresentado na Tabela 5 – Classificação Geral dos Fatores em Ansiedade ou Depressão Clínica. Classificação Geral dos Fatores em Ansiedade ou Depressão Clínica, a seguir.

Tabela 5 – Classificação Geral dos Fatores em Ansiedade ou Depressão Clínica

Tabela 5. Classificação Geral dos Fatores em Ansiedade ou Depressão Clínica					
Parte 1 – Categorias de frequências			Parte 2 – Categorias de Conteúdo		
	Fator 1: Comunicação e Afeto	Fator 2: Enfrentamento	Fator 3: Falar em Público	Fator 1: Potencialidades	Fator 2: Dificuldades
A	Não Clínico (27)	Ansiedade (4)	Ansiedade e Depressão (4)	Não Clínico (201)	Ansiedade e Depressão (35)
B	Ansiedade e Depressão (17)	Ansiedade (6)	Não Clínico (5)	Não Clínico (76)	Não Clínico (16)
C	Não Clínico (21)	Depressão (12)	Ansiedade e Depressão (1)	Não Clínico (82)	Ansiedade e Depressão (28)
D	Ansiedade e Depressão (11)	Ansiedade (3)	Ansiedade e Depressão (2)	Não Clínico (77)	Não Clínico (13)
E	Ansiedade e Depressão (16)	Ansiedade (5)	Ansiedade e Depressão (3)	Ansiedade e Depressão (68)	Não Clínico (9)
F	Ansiedade e Depressão (17)	Ansiedade (6)	Não Clínico (5)	Não Clínico (161)	Ansiedade e Depressão (41)
G	Não Clínico (24)	Ansiedade (4)	Ansiedade e Depressão (4)	Não Clínico (144)	Ansiedade e Depressão (41)
H	Ansiedade e Depressão (7)	Ansiedade (2)	Ansiedade e Depressão (2)	Não Clínico (75)	Ansiedade e Depressão (19)
I	Ansiedade (20)	Depressão (19)	Não Clínico (6)	Não Clínico (201)	Não Clínico (8)
J	Ansiedade e Depressão (18)	Ansiedade (6)	Não Clínico (5)	Não Clínico (89)	Ansiedade e Depressão (25)
K	Ansiedade e Depressão (13)	Depressão (10)	Ansiedade e Depressão (4)	Não Clínico (192)	Ansiedade e Depressão (62)
L	Não Clínico (21)	Depressão (18)	Não Clínico (5)	Não Clínico (121)	Ansiedade e Depressão (46)
M	Ansiedade (19)	Ansiedade (3)	Não Clínico (5)	Não Clínico (113)	Ansiedade e Depressão (30)
N	Ansiedade e Depressão (9)	Depressão (12)	Ansiedade e Depressão (4)	Não Clínico (110)	Ansiedade e Depressão (88)
O	Ansiedade (20)	Ansiedade (4)	Não Clínico (5)	Não Clínico (145)	Ansiedade (18)
P	Ansiedade (19)	Ansiedade (2)	Não Clínico (6)	Não Clínico (133)	Não Clínico (11)
Q	Ansiedade e Depressão (8)	Ansiedade (4)	Não Clínico (5)	Depressão (72)	Não Clínico (13)
R	Não Clínico (21)	Ansiedade (5)	Ansiedade e Depressão (4)	Não Clínico (105)	Ansiedade e Depressão (57)
S	Não Clínico (25)	Depressão (11)	Ansiedade e Depressão (3)	Não Clínico (148)	Não Clínico (15)
T	Ansiedade e Depressão (12)	Não Clínico (8)	Ansiedade e Depressão (4)	Não Clínico (110)	Não Clínico (12)
Média	Ansiedade e Depressão (17,2)	Não Clínico (7,4)	Ansiedade e Depressão (4,05)	Não Clínico (119,2)	Ansiedade e Depressão (29,7)
Med.	Ansiedade e Depressão (18,5)	Ansiedade (5,5)	Ansiedade e Depressão (4)	Não Clínico (111,5)	Ansiedade e Depressão (22)

Observa-se que muitos dos fatores apresentaram escores clínicos, tanto para ansiedade quanto para depressão, sendo que apenas o fator Potencialidades revelou notórios escores não clínicos para a maioria dos participantes.

O fator Comunicação e Afeto pontuou na média e medianamente dentro dos escores clínicos para ansiedade e depressão. Contudo, os valores resultantes, em ambos os casos, aproximam-se um tanto dos requisitos para escores não clínicos para

depressão e um pouco menos significativamente para escores não clínicos para ansiedade, indicando que, em relação a esse fator, a maior parte da amostra apresenta mais um quadro clínico para ansiedade do que para depressão.

O fator Enfrentamento foi classificado como um fator majoritariamente e indubitavelmente clínico para todos os participantes, variando entre ansiedade ou depressão. O valor médio dos escores dos participantes, por ter se situado numa faixa de aspecto não clínico, indica – não que a média dos participantes corresponda a esse resultado – que os valores dos escores clínicos estão, em geral, igualmente distribuídos em torno do valor para escore não clínico, considerando-se o valor total dos pontos de todos os participantes. Isso ocorreu, em parte, em razão de esse fator ser avaliado em escala, de forma que os quadros clínicos para ansiedade correspondem aos valores mais baixos, os valores para ambos os escores não clínicos situam-se no meio da escala e os valores que correspondem a escores clínicos para depressão situam-se no alto da escala. Ademais, a mediana da escala demonstra um quadro clínico para ansiedade, sendo indicativa de que a maioria dos resultados relacionados a esse fator apresentou uma tendência consideravelmente maior para um quadro de ansiedade clínica do que de depressão clínica, embora existam participantes que obtiveram um escore clínico para depressão bastante elevado.

O fator Falar em Público, em termos tanto da média quanto da mediana, indicou que os participantes apresentam, no geral, um quadro de ansiedade e depressão clínica. Entretanto, ambos os valores individuais indicam que a amostra se encontra consideravelmente próxima de um quadro geral não clínico, haja vista que apenas um pouco mais da metade dos participantes obteve escore clínico nesse fator.

O fator de Potencialidades foi o único dentre os cinco fatores que revelou um quadro não clínico, tanto para a ansiedade quanto para depressão, para a imensa maioria dos participantes. Apenas dois escores resultaram em um quadro clínico, porém, tais resultados, na verdade, pouco se distanciam da margem considerada não clínica pelo questionário.

O fator Dificuldades resultou, para a maioria dos participantes, em um quadro de aspecto clínico para ansiedade e depressão. Ambos os valores da média e da mediana se situaram dentro da gama que classifica esse fator como ansiedade e depressão. Todavia, examinando a diferença entre a média e a mediana, é possível vislumbrar que os sujeitos que apresentaram resultados acima do limiar de escore não clínico para ansiedade e

depressão obtiveram um escore muito maior do que os que tiveram um baixo escore. Isto é, enquanto os que não demonstram nenhum aspecto clínico para ansiedade ou depressão nesse fator, os que demonstram apresentaram escore significativamente maior do que os que não apresentaram nenhum.

Os participantes também demonstraram, no geral, mais quadros clínicos relacionados à ansiedade e depressão em conjunto e, mais precisamente, relacionados mais à ansiedade do que à depressão.

Analisando os resultados, a pontuação total da amostra em Comunicação e Afeto dá a entender que considerável parcela da amostra demonstra moderado déficit em relação ao quanto se comunicam com as pessoas de seu convívio e ao quanto expressam sentimentos positivos e opiniões para essas pessoas. As respostas de Falar em Público indicam uma modesta dificuldade de boa parcela da amostra no que diz respeito a falar em público, devendo-se considerar que alguns não apresentam tal dificuldade. Assim, no que se refere a quanto os participantes se comunicam no geral, expressam sentimentos positivos, expressam opiniões (Comunicação e Afeto) e falam em público, os resultados indicam que os participantes apresentam maior habilidade para falar em público do que para se expressar no contato direto com outras pessoas.

Subtende-se, a partir dos resultados em Enfrentamento, que a amostra demonstra um déficit, tanto para mais quanto para menos, na frequência do quanto expressam sentimentos negativos, fazem críticas aos outros e, também, recebem críticas dos outros. As respostas revelam que os participantes expressam sentimentos negativos, fazem e recebem críticas numa frequência inapropriada, tanto para mais quanto para menos. A maioria dos participantes faz poucas críticas aos outros, poucos deles expressam seus sentimentos negativos e também acabam recebendo menos críticas, enquanto a maior parte dos que fazem críticas e expressam sentimentos negativos, e que também recebem muitas críticas, fazem-no excessivamente.

Os escores totais obtidos em Potencialidades indicam que os participantes apresentam repertórios satisfatórios de situações e assuntos, habilidades sociais, consequências positivas e sentimentos positivos. Mesmo assim, as respostas totais relacionadas a Dificuldades sugerem que a forma como eles interagem com os diversos interlocutores resulta em consequências e sentimentos negativos por conta de dificuldades em se expressarem socialmente.

Concluindo, as respostas dos participantes sugerem que estes até demonstram comportamentos habilidosos em algumas situações com seus interlocutores, que tendem a reagir positivamente. Contudo, os resultados apontaram para uma dificuldade dos participantes em modular o quanto se expressam, fazem críticas às pessoas de seu convívio e também o quanto recebem críticas dessas pessoas. Ainda mais, a forma como a maioria dos participantes da amostra interage com as pessoas de sua convivência acaba produzindo consequências negativas e sentimentos negativos, indicando dificuldades na forma e na frequência com que expressam suas habilidades sociais.

8.3 Correlações

Para comparar as variáveis de ambos os questionários e buscar correlações entre um questionário e outro, foi calculado o coeficiente de Pearson visando medir o grau de correlação entre todos os pares possíveis das variáveis dos questionários e também foi aplicado o teste t-Student de comparação de médias para amostras independentes.

8.3.1 Coeficiente de Pearson

O coeficiente de Pearson é uma medida do grau de relação linear entre duas variáveis quantitativas. Permite perceber se, quando uma das variáveis aumenta, a outra aumenta, ou se, quando uma aumenta, a outra diminui, ou seja, possibilita correlacionar positivamente ou negativamente a variação de uma variável independente com a de outra, o que não implica, necessariamente, uma relação de causalidade. Esse coeficiente (r) varia entre os valores -1 e 1, sendo o valor 1 indicador de uma relação linear perfeita, ao passo que o valor -1 também indica uma relação linear perfeita, porém inversa, enquanto o valor 0 (zero) significa que não há relação linear. Ademais, foi estabelecido um nível de significância (p) que, se multiplicado por 100, converte-se em uma margem de erro (que deve ser menor que 5%) para a correlação.

Dado isso, as respostas do QHC-Universitários e as do Questionário de Autoimagem e Autoestima foram todas comparadas entre si. A partir desse método, algumas correlações interessantes apareceram e foram destacadas na Tabela 6 – Valores de Correlação com o Coeficiente de Pearson.

Tabela 6 – Valores de Correlação com o Coeficiente de Pearson

		Sit. Assunt.	Comp. Habilid.	Comp. Não Habilid.	Conseq. Posit.	Conseq. Negat.	Sentim. Posit.	Sentim. Negat.	Potenc.	Dific.
Autoimagem	Correlação (r)	- 0,174	- 0,088	- 0,057	- 0,083	- 0,341	0,321	- 0,425	0,080	- 0,389
	Significância (p)	0,232	0,356	0,406	0,364	0,071	0,084	0,031	0,042	0,045
Autoestima	Correlação (r)	- 0,027	0,161	- 0,117	0,129	- 0,339	0,521	- 0,484	0,288	- 0,439
	Significância (p)	0,455	0,249	0,311	0,294	0,072	0,009	0,015	0,109	0,026
Autoimagem + Autoestima	Correlação (r)	- 0,097	0,060	- 0,100	0,042	- 0,370	0,475	- 0,500	0,218	- 0,455
	Significância (p)	0,342	0,400	0,338	0,430	0,054	0,017	0,012	0,178	0,022
Comunicação/ Afeto	Correlação (r)	0,342	0,548	0,195	0,503	- 0,105	0,489	- 0,060	0,497	- 0,038
	Significância (p)	0,070	0,006	0,204	0,012	0,329	0,014	0,401	0,013	0,437
Falar em Público	Correlação (r)	0,429	0,303	0,276	0,392	- 0,031	0,311	- 0,060	0,397	- 0,007
	Significância (p)	0,030	0,074	0,119	0,043	0,449	0,091	0,400	0,042	0,489
Situações/ Assuntos	Correlação (r)	1	0,790	0,48	0,801	0,481	0,731	0,336	0,905	0,430
	Significância (p)	-	0,000	0,015	0,000	0,016	0,000	0,074	0,000	0,029

No que diz respeito às respostas do Questionário de Autoimagem e Autoestima do QHC-Universitários, é possível verificar não apenas que há correlação entre as respostas que já eram dependentes umas das outras (por exemplo, Sentimentos Positivos com Potencialidades), mas também que outras variáveis não dependentes entre si estão correlacionadas, assim como identificar correlações entre esse Questionário e o QHC-Universitários.

Ainda com relação ao Questionário de Autoimagem e Autoestima, as respostas de Autoimagem estiveram negativamente correlacionadas com Sentimentos Negativos (com margem de erro de 3,1%) e Dificuldades (margem de erro: 4,5%). De outra parte, Autoestima não esteve negativamente correlacionada apenas com Sentimentos Negativos (com margem de erro de 1,5%), mas também com Dificuldades, tendo apresentado correlação positiva com Sentimentos Positivos (margem de erro: 1,7%).

Levando em conta os valores totais resultantes da soma das respostas de Autoimagem e Autoestima, essa variável mostrou-se positivamente correlacionada com Sentimentos Positivos (margem de erro: 1,7%) e negativamente correlacionada com Sentimentos Negativos (margem de erro 1,2%) e com Dificuldades (margem de erro: 2,2%)

No que concerne às respostas do QHC-Universitários, também foram feitas correlações com outras respostas do próprio questionário e com as do Questionário de Autoimagem e Autoestima.

As respostas de Comunicação e Afeto correlacionaram positivamente com Comportamentos Habilidosos (margem de erro: 0,6%), Consequências Positivas (margem de erro: 1,2%), Sentimentos Positivos (margem de erro: 1,4%) e Potencialidades (margem de erro: 1,3%).

As respostas para Situações/Assuntos estiveram positivamente correlacionadas com Comportamentos Habilidosos (margem de erro: zero), Comportamentos Não Habilidosos (margem de erro: 1,5%), Consequências Positivas (margem de erro: zero), Consequências Negativas (margem de erro: 1,6%), Sentimentos Positivos (margem de erro: zero), Potencialidades (margem de erro: zero) e até com Dificuldades (margem de erro: 2,9%).

Por fim, o fator Falar em Público se mostrou positivamente correlacionado com Situações e Assuntos (margem de erro: 3%) e Consequências Positivas (margem de erro: 4,3%).

Fica entendido, usando essa medida, que os valores do Questionário de Autoimagem e Autoestima para autoimagem e autoestima estão, em parte, relacionados com os fatores Sentimentos Positivos, Sentimentos Negativos e Dificuldades do QHC-Universitários. Assim, pode-se dizer que, na medida em que os Sentimentos Positivos aumentam, eleva-se a Autoestima, mas não a Autoimagem. E também, na medida em que os Sentimentos Negativos e as Dificuldades aumentam, diminuem tanto a Autoimagem quanto a Autoestima.

Observa-se, ainda, a partir das correlações de Comunicação e Afeto, que a frequência com que a pessoa se comunica e expressa sentimentos positivos e opiniões está positivamente correlacionada, principalmente, a seus comportamentos habilidosos, assim como às consequências positivas do ambiente, aos sentimentos positivos em seus encontros e também ao conjunto de Potencialidades.

8.3.2 Teste t-Student

O teste t-Student é utilizado para avaliar a diferença entre as médias de dois grupos, averiguando se a média da amostra é igual ou diferente de um valor de referência ou da média de uma amostra (ou população). Para isso, são testadas duas hipóteses: se a média da amostra é igual à média da referência (ou da população) e se a média da amostra é diferente da média da referência (ou da população). Isso permite informar, por exemplo, se as pessoas que tiveram um escore clínico para o fator Dificuldades tiveram um escore médio de autoestima significativamente diferente das que tiveram escore não clínico para esse mesmo fator. Ou mesmo verificar se quem teve valor clínico para Potencialidades também teve, em geral, autoestima acima ou abaixo da média.

Para a aplicação desse método, é necessário identificar, primeiramente, que grupo irá testar a hipótese. Separam-se os grupos acima e abaixo do valor de referência de uma variável e se comparam as médias desses dois grupos em relação a uma segunda variável. Então, a partir da consistência da diferença das médias do grupo acima e do grupo abaixo do valor de referência da primeira variável, encontra-se a significância (p) entre a diferença dessas duas médias e, por fim, entre essas duas variáveis.

Para este estudo, foram comparados, por meio do teste t-Student, todos pares de respostas possíveis. Alguns grupos foram separados a partir da mediana e outros separados baseados nos valores de referência, sempre de acordo variável em questão. As comparações que foram estatisticamente significativas (com margem de erro abaixo de 5%) foram selecionadas e destacadas na Tabela 7 – Hipóteses significativas de relação de médias com teste t-Student, a seguir apresentada.

Tabela 7 – Hipóteses significativas de relação de médias com teste t-Student

Autoimagem + Autoestima		N	Média	Desvio Padrão	Erro Padrão	t	p
Sentimentos positivos	< 175	11	35,82	18,286	5,513	-1,725	0,050
	> 175	9	51,67	22,847	7,616		
Sentimentos negativos	< 175	11	26,82	15,465	4,663	3,109	0,003
	> 175	9	9,89	5,600	1,867		
Dificuldades	< 175	11	39,45	23,270	7,016	2,728	0,007
	> 175	9	17,00	8,832	2,944		
Autoestima		N	Média	Desvio Padrão	Erro Padrão	t	p
Sentimentos negativos	< 75	10	25,70	15,826	5,005	2,175	0,022
	> 75	10	12,70	10,339	3,270		
Dificuldades	< 75	10	37,70	23,749	7,510	1,875	0,039
	> 75	10	21,00	15,144	4,789		
Autoimagem		N	Média	Desvio Padrão	Erro Padrão	t	p
Sentimentos positivos	< 98	11	35,55	19,012	5,732	-1,803	0,044
	> 98	9	52,00	21,817	7,272		
Dificuldades		N	Média	Desvio Padrão	Erro Padrão	t	p
Autoestima	< 16,5 (não clínico)	8	80,13	13,250	4,684	1,896	0,037
	> 16,5 (clínico)	12	70,50	9,520	2,748		

Em relação à mediana do total de Autoimagem e Autoestima, as respostas de Sentimentos Positivos, Sentimentos Negativos e Dificuldades estiveram significativamente relacionadas com a divisão dos grupos com escores altos e baixos para Autoimagem+Autoestima. Isso quer dizer que o grupo que teve um escore superior à mediana de Autoimagem e Autoestima também teve, em média, um escore maior em Sentimentos Positivos, um escore menor em Sentimentos Negativos e um escore menor em Dificuldades.

No que diz respeito à mediana específica de Autoestima, o grupo de pessoas que teve autoestima acima da mediana também teve, em geral, escore inferior em Sentimentos Negativos e em Dificuldades. Por outro lado, no que se refere à mediana específica de Autoimagem, o grupo que esteve acima dessa mediana se destacou tendo uma média maior em Sentimentos Positivos.

Por fim, no que concerne à variável Dificuldades, a divisão hipotetizada pelo teste t-Student só se mostrou significativa quando observadas as respostas da variável Autoestima, demonstrando que as pessoas dentro do valor de referência para quadro clínico em Dificuldades se destacam tendo menor autoestima média do que os participantes com quadros não clínicos para essa mesma variável.

Usando esse método na amostra estudada, é possível entender que os participantes que tiveram um alto escore total em Autoimagem + Autoestima também tiveram escore alto em Sentimentos Positivos e um baixo escore para Sentimentos Negativos e Dificuldades. Todavia, os sujeitos que tiveram escore alto somente em Autoestima acabaram tendo um escore baixo em Sentimentos Negativos e em Dificuldades, mas não em Sentimentos Positivos. De outra parte, quem teve escore alto em Autoimagem apresentou escore alto em Sentimentos Positivos, mas não em Sentimentos Negativos e em Dificuldades. Ademais, dessas três variáveis do QHC-Universitários, apenas Dificuldades mostrou ter essa relação com uma das variáveis do Questionário de Autoimagem e Autoestima, apontando que quem obteve escore não clínico para Dificuldades apresentou Autoestima maior do que aqueles que tiveram escore clínico.

Compreende-se, usando esse método, que há indícios de que sentimentos positivos, sentimentos negativos e principalmente as dificuldades que os participantes sentem no contato com as pessoas de seu convívio são os fatores que mais distinguem as pessoas que têm autoimagem e autoestima alta ou baixa. Enquanto os que têm autoimagem elevada pareceram estar acompanhados por sentimentos positivos no contato com os outros, os que têm autoestima baixa foram acompanhados por mais sentimentos negativos e principalmente por dificuldades nos contatos. E, mais ainda, os que tiveram essas dificuldades também tiveram escores mais baixos em autoestima, reforçando a ideia da relação entre essas as duas variáveis.

8.4 Análise conclusiva dos resultados

A partir da análise dos resultados é possível compreender algumas peculiaridades das pessoas da amostra.

Os participantes demonstraram ter uma impressão relativamente positiva de si mesmos por terem bom relacionamento familiar e com outras pessoas próximas, por zelarem pelo bem-estar social e por serem suficientemente escolarizados. Mesmo assim, não gostam tanto de si mesmos, principalmente por sentirem que precisam ter maior êxito profissional, por não estarem financeiramente satisfeitos, por acreditarem que

precisam estudar mais ainda do que já estudaram e por desejarem fazer mais atividades físicas.

Os entrevistados também demonstraram ter comportamentos habilidosos em diversas situações, com as pessoas com quem eles interagem reagindo positivamente. Ainda assim, ocorre também que há muitas situações em que a interação dos entrevistados com seus interlocutores provoca reações negativas, acarretando conflitos e sentimentos negativos. Além disso, os participantes também possuem dificuldade em adequar o quanto se comunicam e se expressam, sendo que a maioria acaba não expressando sentimentos negativos o suficiente e evitam, também, fazer ou receber críticas.

Considerando as correlações levantadas, foi perceptível que a elevação da autoimagem e da autoestima foi acompanhada por um aumento de sentimentos positivos e um decréscimo tanto de sentimentos negativos quanto das dificuldades nas habilidades sociais. Isso leva a entender que a imagem que essas pessoas têm de si e o quanto gostam de si mesmas se correlacionam com os sentimentos que elas experimentam nos contatos com as pessoas próximas, principalmente no caso de sentimentos negativos. Autoimagem e autoestima também se correlacionam mais com o grau de dificuldade nos contatos com os outros do que com o bem-sucedido nas interações. Além disso, essas dificuldades se mostraram em forte correlação com a autoestima, indicando que quem apresentou maiores dificuldades nos relacionamentos interpessoais apresentou autoestima mais baixa e vice-versa.

9 DISCUSSÃO

Os resultados da pesquisa serão discutidos procurando compreendê-los à luz do até agora exposto sobre a figura do zumbi como fenômeno midiático contemporâneo e dos conceitos do arcabouço teórico da Psicologia Analítica.

Considerando a análise do Questionário de Autoimagem e Autoestima, os participantes demonstraram ter uma imagem relativamente boa de si mesmos e uma autoestima inferior quando comparada a essa imagem de si. São pessoas que se veem como indivíduos com boas relações com seus próximos, conciliadoras e que prezam pelo bem estar social. Contudo, ficou claro que estão insatisfeitos com a própria situação financeira e com o fato de não terem obtido ainda o êxito profissional que almejam, acreditando que isso se deve ao fato de necessitarem prosseguir com seus estudos. Também se mostraram preocupados em realizar tudo o que pretendem na vida.

Por outro lado, os resultados obtidos por meio do QHC-Universitários indicam que a maioria dos participantes deste estudo apresentam dificuldades em modular o quanto se expressam, temendo os sentimentos negativos que possam surgir em seu contato com as demais pessoas. Nesse sentido, privilegiam uma atitude de não confrontação que pode sugerir uma atitude mais submissa.

Além dos indícios de contradição entre se perceber com boas relações que o questionário de autoimagem e autoestima apontou e demonstrar ter dificuldades de expressão e receio de consequências negativas no QHC-Universitários, há também outros indícios de incongruência entre o modo como os participantes se veem e a maneira como se portam em relação às outras pessoas. Uma dessas indicações é dada pela pontuação da questão 45 (Sou uma pessoa submissa?) do Questionário de Autoimagem e Autoestima, uma das mais pontuadas, quando cotejada com os resultados do inventário de habilidades sociais, que sugerem que os respondentes são pessoas que pouco fazem ou gostam de receber críticas e que se expressam com pouca frequência. Vale lembrar que a pergunta “Sou uma pessoa submissa” traz essa característica de modo muito mais explícito do que o faz o QHC-Universitários. Tal questão foi uma das mais pontuadas, indicando que os participantes não se consideram submissos, porém eles demonstraram uma sujeição à opinião dos outros. O que não deixa de ser uma forma de submissão. Nesse caso, é de se supor que existe um conflito,

ou uma lacuna, entre a autoimagem e a atitude real dos participantes diante das outras pessoas.

Os conceitos de persona e sombra podem auxiliar a esclarecer essa aparente contradição. Jung (1945/2004) se refere à sombra, em parte, como aquilo que uma pessoa não deseja ser, constituindo-se aquela parte da personalidade que foi reprimida em razão de um ideal de ego. Isto é, as qualidades que não são adequadas à autoimagem ideal e aos ideais da sociedade são deixadas de lado e depositadas na sombra (SANFORD, 1988). Ainda, a sombra possui um impulso arquetípico de buscar no outro o mal (WHITMONT, 1991).

A relação entre a sombra e a persona se constitui como uma tensão entre opostos, pois a sombra é aquilo que o ego não deseja reconhecer, enquanto a persona é aquilo que pode ser reconhecido e demonstrado (HALL, 1992). Para Humbert (1985), a persona apresenta como alguém quer se mostrar e o que os outros pensam que ele é. A persona representa um compromisso entre o individual e o coletivo quanto ao que uma pessoa deve aparentar e apesar disso, a persona pode refletir parte da essência daquilo que é individual (HOPCKE, 1995). E ainda, o desenvolvimento de uma persona suficientemente apta a mediar as demandas do mundo externo, sem deturpar as demandas do mundo interno, está diretamente relacionado ao desenvolvimento de um ego suficientemente íntegro.

Analisando sob o prisma da Psicologia Analítica, podemos pensar que, apesar da imagem positiva que relatam ter de si, os participantes desenvolveram uma persona submissa e parcimoniosa que os leva a evitar confrontos e, nesse sentido, deixa de exercer, de modo mais completo, sua função de adaptação ao meio social. Isso estaria refletido nas dificuldades dessas pessoas em modular o quão frequentemente se expressam – especialmente no caso de sentimentos negativos –, fazem críticas ou lidam com a possibilidade de conflito decorrente do confronto com os outros. É possível supor que, contrapondo-se a essa persona submissa, encontra-se uma sombra mais agressiva, insubordinada e destruidora.

Como Iaccino (1994) destaca, os zumbis são representantes da “escuridão” e se tornaram os “emissários” do aspecto sombrio e daquilo que é reprimido e rejeitado do ser humano. Nessas histórias, o confronto entre os zumbis e os humanos, e os humanos entre si, mostram o que há de mais selvagem, brutal e cruel no homem e muitas vezes os humanos são retratados como mais amedrontadores ainda do que os próprios zumbis.

Assistir a essas tramas poderia ser visto como uma forma de entrar em contato com os próprios aspectos sombrios, como a agressividade, que não pode ser aceita pela consciência e que se coloca em conflito com uma autoimagem conciliadora. Por outro lado, essas histórias reduzem a angústia e as ansiedades eventualmente provocadas por tal conflito ao contraporem relacionamentos positivos e bem-sucedidos à voracidade, à selvageria e à barbárie representadas pelos zumbis e por alguns grupos de seres humanos.

A possível dificuldade em integrar aspectos agressivos à atitude consciente indicaria a existência de complexos que impedem uma expressão mais espontânea de sentimentos que possam ser vistos como ameaça aos vínculos estabelecidos com as demais pessoas. As narrativas que envolvem a temática zumbi, de acordo com Guimarães (2013), abordam, entre outras, questões relacionadas a sentimentos de estranheza, ruptura de vínculos, falta de solidariedade, insegurança existencial e desumanização das relações. Propiciariam, assim, uma tela de projeção para temores inconscientes, permitindo, de certa forma, a vivência vicária de sentimentos e sensações que, de outra forma, poderiam perturbar a consciência.

De outra parte, considerando que o ego, junto a uma persona bem adaptada, exerce papel chave no manejo de respostas socialmente hábeis, pode-se problematizar qual o grau de segurança egóica desenvolvido pelos participantes desta pesquisa que, a julgar pelos resultados obtidos, costumam evitar situações conflituosas, não lidam apropriadamente com sentimentos negativos – seus e de outras pessoas –, não são socialmente habilidosos na maioria das interações e sofrem consequências negativas por essa falta de habilidade.

No que diz respeito à vivência do corpo como componente da autoimagem e da autoestima, vale lembrar o argumento de Mauri (2011) indicando que a imagem corporal simboliza o “eu” com suas peculiaridades e diferenças. Também Pasquero (2005, apud Nascimento et al., 2008) pontua que autoestima, autoimagem, imagem corporal e identidade estão interrelacionadas. Apesar de o Questionário de Autoimagem e Autoestima não avaliar em profundidade aspectos da imagem corporal, aborda questões orgânicas e fisiológicas. Essas questões foram as que tiveram os menores escores dentre todos os aspectos avaliados pelo questionário. Os resultados apontam que os participantes não se sentem satisfeitos com os aspectos orgânicos (fisiológicos e genéticos) constados no instrumento; com seu nível de inteligência e com a qualidade

de sua memória, além de se cansarem facilmente e considerarem necessitar de mais atividades físicas. Podemos entender, assim, que haveria indícios de imagem e afetos menos positivos relacionados ao próprio corpo que impactam o senso de identidade desses participantes e a confiança que têm em si.

Os resultados do Questionário de Autoimagem e Autoestima indicam, ainda, que a defasagem entre a autoestima e a autoimagem apresentada pela amostra pesquisada deve-se, principalmente, a questões que envolvem a realização profissional e econômica. Os participantes se valorizam menos e gostam menos de si mesmos por conta desses aspectos. Seria talvez um sinal de um ego ideal frustrado, que pode, em parte, ser consequência de uma sociedade capitalista e suas demandas. Como Burston (2014) menciona, há adultos que passam a vida inteira dependentes de seus rendimentos e de seu sucesso profissional para manter sua autoestima. De acordo com Webb e Bynard (2012), os zumbis também suscitariam questões sobre o significado de viver num mundo tomado pela economia neoliberal, pela globalização e pela produção capitalista. As narrativas de apocalipse zumbi sempre destroem o sistema vigente e colocam os protagonistas em uma situação na qual eles têm que reconstruir um sistema que vingue. O carro do ano, a viagem das suas férias, a carreira dos seus sonhos, seu emprego, tudo isso é colocado de lado e tratado como irrelevante nessas histórias, quando confrontado com a necessidade de sobreviver a uma situação caótica e terrivelmente ameaçadora.

Vale lembrar que parte dos desafios da idade adulta diz respeito a conseguir alcançar a independência resultante do exercício de uma profissão gratificante e de uma situação financeira minimamente estável. A necessidade de atingir tais objetivos poderia ser considerada como um daqueles fatores que, na ótica de Jung, “interrompem bruscamente o sonho da meninice” (JUNG, 1930/2000d, p. 342). Na medida em que os participantes deste estudo se mostram insatisfeitos com as conquistas que realizaram até agora, é possível supor que estejam se deparando com as angústias derivadas do enfrentamento desses desafios. Considerando que as exigências para a entrada no mundo adulto podem se tornar insuportáveis para alguns, o espaço virtual ofereceria uma via de fuga das tarefas inerentes a essa transição (LEMMA, 2010). Diante dessas dificuldades individuais e das demandas sociais, aqueles que não têm suficiente confiança em seus recursos tenderiam a lidar com suas ansiedades por meio da fantasia.

É possível supor que, ao assistir a essas narrativas, os jovens encontrem alguma satisfação ao testemunharem, ainda que fantasiosamente, o enfrentamento e, mais ainda, o desmantelamento dos valores estabelecidos que esses jovens desejariam confrontar e que os pressionam a ter mais sucesso e ganhar mais dinheiro e que estariam minando a sua autoestima uma vez que ainda não foram capazes de alcançar tais objetivos. No cenário apocalíptico zumbi, a autoestima e a autoimagem dos personagens são dimensionadas a partir de outros valores, sendo definidas muito mais pela capacidade da pessoa sobreviver à natureza selvagem e ao encontro com os outros desconhecidos.

Temos, ainda, que as histórias de apocalipse zumbi focalizam, geralmente, os adultos e o modo como esses personagens resolvem os diversos problemas com que se defrontam. É um tipo de narrativa que rompe, implacavelmente, com tudo que é inocente, juvenil, infantil, ingênuo e fútil. Há poucas chances para crianças nos cenários de apocalipse zumbi. Quando há algum personagem jovem, ele geralmente deve ou amadurecer rapidamente para sobreviver, ou perecer nas mãos de humanos cruéis ou dos zumbis. Assim, os filmes e séries de zumbis criam um cenário que permite ao indivíduo confrontar-se, virtualmente, com questões ligadas ao se tornar adulto em um mundo bárbaro e cruel. Todavia, essa experiência radical se dá dentro da “bolha” segura da fantasia e, nesse sentido, deixa de ser transformadora e torna-se mais um sintoma de alienação. A alienação, no sentido proposto por Laing (1976 apud BURSTON, 2014), refere-se, fundamentalmente, a uma alienação da experiência. De acordo com o autor, essa condição tende a mitigar os conflitos internos e os interpessoais, promovendo uma adaptação que não gera conflito algum, nenhum atrito com o ambiente social e, portanto, não promoveria o amadurecimento da personalidade.

Vale atentar que o ego nasce e se desenvolve a partir do que Jung (1951/2011e) chama colisões com o ambiente, isto é, conflitos, dificuldades, angústias e sofrimento; são fatores que levam o ego a amadurecer. São precisamente essas colisões com o ambiente externo que os participantes demonstraram evitar. Buscar freneticamente e irrefletidamente mídias virtuais ou literárias, que representam uma fuga da realidade e levam a uma experiência vicariante dos confrontos e da revolução que o próprio indivíduo precisa fazer, é uma medida fadada ao fracasso, uma vez que essas mídias trazem apenas pseudorrepresentações dos conflitos. É, também, uma tentativa de lidar com a própria projeção do mal no outro, sem se dar conta de que o mal também é parte integrante da psique.

As histórias de apocalipse zumbi trazem questões relativas a como enfrentar o outro ou até sobreviver a outros seres humanos. São histórias dramáticas que focalizam as escolhas que os personagens devem fazer. Não costumam apresentar um desfecho conclusivo, pois o foco não está na superação e conclusão positiva da narrativa e, sim, na morte, nas dificuldades, nas perdas e nos sentimentos negativos que os protagonistas sofrem quando o contato com o outro é malsucedido. Pode-se dizer, assim, que representam o medo de que o contato com os outros acarrete a perda do corpo, a morte que o ego tanto teme (STEIN, 2006). Por vezes, no cenário pós-apocalíptico, os costumes e os valores tradicionais pouco importam no contato com outro ser humano, uma vez que, no mundo sem lei que caracteriza o universo zumbi, há homens que podem cometer assassinatos sem motivo aparente e de forma indiscriminada. A pergunta que parece ser suscitada por essas narrativas é “como é que se sobreviver à natureza e ao homem, sem morrer e sem ser destruído?”.

Em conjunto, os instrumentos utilizados nesta pesquisa propiciaram uma visão consistente da amostra estudada, pois as correlações feitas na análise indicaram que a autoimagem, que é sintonizada diretamente com os aspectos socioafetivos vivenciados pelo indivíduo ao longo da sua vida (MOSQUERA, 1987 apud BERNARDI, 2006), e a autoestima, que é a avaliação que o indivíduo efetua e mantém em relação a si e a seu próprio corpo (PASQUERO, 2005 apud NASCIMENTO et al., 2008) – variáveis que foram pesquisadas por meio do Questionário de Autoestima e Autoimagem – apresentam correlações significativas com sentimentos positivos, sentimentos negativos e dificuldades nas habilidades sociais – aspectos avaliados pelo QHC-Universitários. Mais ainda, as dificuldades sociais e o grau de autoestima estiveram intimamente correlacionados, tal como Riggio (et al., 1989) menciona.

Em síntese, propõe-se considerar, diante desses resultados e com base nos conceitos teóricos levantados, que os participantes desenvolveram uma persona um tanto submissa, que evita conflito e que é contraposta a uma sombra agressiva e destruidora – sendo essas últimas características as mais presentes nas narrativas de apocalipse zumbi. Também há indícios de que contam com um ego um tanto inseguro, apresentam certas dificuldades em lidar com as emoções advindas dos complexos e consideram algumas características de seus corpos como insatisfatórias.

Esses jovens fascinados por narrativas de apocalipse zumbi, que ainda estão em formação acadêmica e profissional, parecem que ainda não estabeleceram uma persona

suficientemente apta a mediar as demandas do mundo externo e não desenvolveram um senso seguro de identidade que lhes dê condições de lidar habilmente com as emoções oriundas dos complexos. A imersão no mundo virtual, tal como apontado por Lemma (2010), pode tornar-se quase que uma necessidade. Poderia, todavia, representar também a possibilidade de entrar em contato com a sombra e mediante a função simbólica, porém é uma possibilidade que deixa de ser aproveitada caso não exista um processo de reflexão e compreensão simbólica que leve a um confronto honesto com as próprias dificuldades e com os aspectos sombrios da psique de modo a propiciar a ampliação da consciência.

10 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho se propôs a investigar o interesse de jovens universitários em mídias de apocalipse zumbi e a hipótese inicial do trabalho, diante da bibliografia levantada, era que esses universitários que consomem assiduamente tais mídias apresentariam autoestima e autoimagem negativas e/ou prejuízo nas suas habilidades sociais.

Em parte, como os resultados indicam, essa hipótese foi confirmada, pois os universitários entrevistados apresentaram um déficit em autoestima quando comparado à autoimagem. Também exibiram um prejuízo nas habilidades sociais, com dificuldade em modular o quão frequentemente se expressam, por algumas interações deles com as pessoas de convívio gerar consequências negativas, acarretando nesses contatos serem fontes de muita ansiedade e também de sentimentos depressivos.

Considerando as correlações levantadas, foi perceptível que a elevação da autoimagem e da autoestima foi acompanhada por um aumento de sentimentos positivos, um decréscimo de sentimentos positivos e um decréscimo nas dificuldades nas habilidades sociais. Ainda mais, essas dificuldades se mostraram em forte correlação com a autoestima dos participantes, uma vez que quem apresentou maiores dificuldades nos relacionamentos interpessoais apresentou autoestima mais baixa e vice-versa.

Houve algumas contradições particularmente entre o que eles desejam transparecer na relação, referindo importância de vínculos e manutenção de boas relações com pessoas próximas, contraposto a acentuação de sentimentos negativos nos contatos, algumas consequências negativas nas interações e sinal de alguns seus comportamentos mal adaptativos.

Pode-se concluir que esses jovens lidam com suas dificuldades de adaptação e sentimentos negativos mediante uma forma de fuga e que a mídia zumbi simbolizaria o medo do outro, o medo de falhar, o medo do fracasso, insegurança a respeito de si mesmo, insatisfação com alguns aspectos da sociedade e projeção de hostilidade. Portanto, o desmembramento, a mutilação, representariam conteúdos não assimilados pela consciência.

Resta a questão de por que esses jovens simbolizam essas angústias existenciais por meio de imagens de deterioração e talvez alertem para as condições desumanas da

sociedade pós-moderna.

Assim, infere-se diante desses resultados e considerando os conceitos teóricos, que os participantes demonstram uma persona um tanto submissa, que evita conflitos, acompanhada por uma sombra agressiva e destruidora contrapondo essa persona; conteúdos sombrios até certo ponto retratados nas narrativas de apocalipse zumbi. Também haveria indícios de um ego um tanto inseguro que apresenta dificuldades em lidar com emoções decorrentes de complexos, o que é passível de afetar sua identidade assim como uma insatisfação parcial com seus corpos e imagem corporal.

Finaliza-se este trabalho com propostas de norteamento de futuras pesquisas. Primeiramente deve-se considerar a amostra populacional que merece ser expandida. O questionário QHC-Universitários avaliou jovens no contexto universitário que consomem esses tipos de mídia. De um lado a mostra ficou delimitada, mas poderia se estender o estudo para adolescentes e adultos no intuito de compreender como distintas faixas etárias reagem a tais mídias.

Este trabalho inicialmente havia se proposto a avaliar aspectos motivacionais relacionados à escolha da mídia de apocalipse zumbi. Por mais que a entrevista tenha captado alguns desses aspectos motivacionais, a quantidade de participantes não foi grande o bastante para que uma análise de conteúdo fosse feita e fosse correlacionada com os resultados dos outros dois questionários. Não só reforça a ideia de aumentar o tamanho da amostra, mas também dá a ideia de que a própria pergunta motivacional deveria reelaborada ou até que outras questões deveriam ser acrescentadas para incrementar a investigação. Poderíamos também considerar a aplicação de outros instrumentos para enriquecer e diversificar o trabalho. Testes projetivos, um questionário de habilidades sociais que não seja específico ao contexto universitário, um questionário mais aprofundado sobre a imagem corporal e um questionário sociodemográfico para melhor caracterizar a amostra.

Um estudo qualitativo complementaria aspectos motivacionais, detalhes da vida pessoal dos participantes e histórico de vida; saber ainda que outras mídias consomem, o quanto consomem, com que frequência, qual foi o primeiro contato com esse tipo de mídia. E também realizar uma distinção entre os consomem séries, os que assistem mais a filmes, os que leem livros e os que jogam jogos de zumbi. Uma variante de estudo poderia utilizar grupos controle para distinguir os que gostam de mídias de zumbis, os que gostam de mídias fantásticas e os que não preferem nenhuma delas.

REFERÊNCIAS

- ALHO, P. M. Collective complexes – total perspectives. **Journal of Analytical Psychology**, 2006, vol. 51, p. 661-680. Disponível em: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1468-5922.2006.00626.x/pdf> Acesso em: nov. 2015.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Martins Fontes, 1977.
- BALDIN, N.; MUNHOZ, E. M. B. **Snowball (Bola de Neve)**: uma técnica metodológica para pesquisa em educação ambiental comunitária. In: X Congresso de Educação – EDUCERE. Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Curitiba, 2011.
- BARLETT, C. P.; HARRIS, R. J. **The Impact of Body Emphasizing Video Games on Body Image in Men and Women**. Sex Roles. vol. 59, ed. 7. Springer, 2008.
- BASSIL-MOROZOW, H. **On the Reality of the Shadow**. In: Shadow Seminar, 2012. Disponível em: <http://www.jungianstudies.org/pdf/IAJS-Online-Discussion-Shadow-seminar.pdf>. Acesso em: out. 2012.
- BEEBE, J. A iluminação junguiana do cinema. In: **Cadernos Junguianos**, n. 1, p. 79-87, 2005.
- BERNARDI, J. **Alunos com discalculia**: o resgate da auto-estima e da auto-imagem através do lúdico. Dissertação (Mestrado em Educação) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS, Porto Alegre, 2006.
- BOLSONI-SILVA, A. T.; LOUREIRO, S. R. **QHC - Questionário de habilidades sociais, comportamentos e contextos para universitários**. São Paulo: Cetepp, 2015.
- BONVENSIEPEN, G. **Attachment-dissociation network: some thoughts about a modern complex theory**. Journal of Analytical Psychology, v. 51, n. 3, p. 451-466. June 2006.
- BURSTON, D. Cyborgs, Zombies, and Planetary Death: Alienation in the 21st Century. **The Humanistic Psychologist**, vol. 42, ed. 3. Routledge, 2014. Disponível em: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/08873267.2014.928175>. Acesso em: mar. 2015.
- DEL PRETTE, Z.A. P & DEL PRETTE. A. **Psicologia das habilidades sociais: terapia e educação**. Petrópolis: Vozes, 1999.
- DEL PRETTE, Z.A. P & DEL PRETTE. A. **Psicologia das Habilidades Sociais na Infância**. Petrópolis: Vozes, 2001.
- CONNOLLY, A. Psychoanalytic theory in times of terror. **Journal of Analytical Psychology**, 2003, vol. 48, p. 407-431. Disponível em: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1465-5922.00405/pdf>. Acesso em: set. 2014.

FILHO, D. B.; JÚNIOR, J. A. Desvendando os Mistérios do Coeficiente de Correlação de Pearson (r). **Revista Política Hoje**, Vol. 18, n. 1, 2009. Disponível em: <http://www.revista.ufpe.br/politica/hoje/index.php/politica/article/viewFile/6/6>. Acesso em: nov. 2015.

FRAQUELLI, A. A. **Relação entre auto-estima, auto-imagem e qualidade de vida em idosos praticantes de uma oficina de inclusão digital**. Dissertação (Mestrado em Gerontologia Biomédica) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS, Porto Alegre, 2008.

GUGGENBÜHL-CRAIG, A. **O abuso do poder na psicoterapia - e na medicina, serviço social, sacerdócio e magistério**. Rio de Janeiro: Achiamé, 1978.

GUIMARÃES, L. **“All Flesh Must Be Eaten”**: análise simbólica do fenômeno zumbi. Dissertação (Mestrado em Psicologia Clínica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP, São Paulo, 2014.

HALL, D. Varieties of Zombieinism: Approaching Comparative Political Economy Through 28 Days Later and Wild Zero. **International Studies Perspectives**, 2011, vol. 12, n° 1, p. 1-17. Disponível em: http://link.periodicos.capes.gov.br/ez95.periodicos.capes.gov.br/sfxlcl3?url_ver=Z39.88-2004&url_ctx_fmt=info:ofi/fmt:kev:mtx:ctx&ctx_enc=info:ofi/enc:UTF-8&ctx_ver=Z39.88-2004&rft_id=info:sid/sfxit.com:azlist&sfx.ignore_date_threshold=1&rft.object_id=954925410807&svc.fulltext=yes. Acesso em: maio 2015.

HALL, J. A. **A experiência junguiana**: análise e individuação. São Paulo: Cultrix, 1992.

HARRIS, K.; JONES, K.; WIGGINS, J. **The Evolution of the Zombie in Popular Culture**. Valdosta State University, 2015. Disponível em: <http://ww2.valdosta.edu/~mgnoll/zombies.pdf>. Acesso em: mar. 2015.

HAUKE, C.; ALISTER, I. **Jung & Film**: Post-Jungian Takes on the Moving Image. USA and Canada: Brunner-Routledge and Taylor & Francis Group, 2002.

HAUKE, C. Film and The Shadow. In: **Shadow Seminar**, 2012. Disponível em: <http://www.jungianstudies.org/pdf/IAJS-Online-Discussion-Shadow-seminar.pdf> Acesso em: out. 2015.

HOJE é dia de Zombie walk! São Paulo é invadida por milhares de pessoas caracterizadas de mortos-vivos. **R7 NOTÍCIAS**. São Paulo, 2 out. 2014. Disponível em: <http://noticias.r7.com/hora-7/fotos/hoje-e-dia-de-zombie-walk-sao-paulo-e-invadida-por-milhares-de-pessoas-caracterizadas-de-mortos-vivos-02112014?foto=13#/foto/1>. Acesso em: abr. 2015.

HOPCKE, R. H. **Persona**. London: Shambala, 1995.

HUMBERT, E. C. G **JUNG**: Novas Buscas em psicoterapia. São Paulo. Summus, 1985.

IACCINO, J. F. **Psychological Reflections on Cinematic Terror**: Jungian Archetypes in Horror Films. London: Praeger, 1994.

JANKOWSKY, S. Protocol Z: the Distributed Social Organization of Zombies. Apresentado em: Critical Themes. Painei: **Not Just Another Face in The Cloud**: Social Networks and New Collectivity, New York, 2011, p. 1-19. Disponível em: <http://www.textaural.com/protocolz/assets/sjank-ProtocolZ-pres-v5.pdf>. Acesso em: mar. 2015.

JUNG, C. G. **Tipos psicológicos** [1921]. O.C. 6. Petrópolis: Vozes, 2009.

JUNG, C. G. Espírito e Vida [1926]. In: **A natureza da psique**. O. C. 8/2. Petrópolis: Vozes: 2000b.

JUNG, C. G. **O eu e o inconsciente** [1928]. O. C. 7/2. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 1996.

JUNG, C. G. As etapas da vida humana [1930]. In: **A natureza da psique**. O. C. 8/2. Petrópolis: Vozes. 2000d.

JUNG, C. G. Considerações gerais sobre a teoria dos complexos [1934]. In: **A natureza da psique**. O. C. 8/2. Petrópolis: Vozes. 2000a.

JUNG, C. G. Sobre os arquétipos do inconsciente coletivo [1934]. In: **Os arquétipos e o inconsciente coletivo**. O.C. 9/1. Petrópolis: Vozes, 2011a.

JUNG, C. G. **A pratica da psicoterapia** [1945]. O.C 16/1, Petrópolis: Vozes: 2004.

JUNG, C. G. **A Natureza da psique** [1947]. O. C. 8/2. Petrópolis: Vozes: 2000c.

JUNG, C. G. A luta com as sombras [1946]. In: **Aspectos do drama contemporâneo**. O.C. 10/2. Petrópolis: Vozes, 2011d.

JUNG, C. G. A Sombra [1948]. In: **AION – Estudos sobre o Simbolismo do Si-Mesmo**. O.C. 9/2. Petrópolis: Vozes, 2011c.

JUNG, C. G. **AION – Estudos sobre o Simbolismo do Si-Mesmo** [1951]. O.C. 9,2 Petrópolis: Vozes, 2011e.

JUNG C. G. **O Homem e Seus Símbolos** [1964]. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

KENT, E. **Zombie as Parody**: The Misuses of science and the nonhuman condition in postmodern society. Mestrado, Arte, Urburn University, Alabama, 2009. Disponível em: <http://etd.auburn.edu/etd/bitstream/handle/10415/1689/Elizabeth%20Kent%20Thesis.pdf?seq>. Acesso: maio 2015.

LEMMA, A. An order of pure decision: growing up in a virtual world and the adolescent's experience of being-in-a-body. **Journal of the American Psychoanalytic Association**, 2010. Disponível em:

http://www.researchgate.net/publication/49643468_An_Order_of_Pure_Decision_Growing_Up_in_a_Virtual_World_and_the_Adolescent%27s_Experience_of_Being-in-a-Body. Acesso em: mar. 2015.

MAURI, R. G. **A imagem Corporal e a Representação Simbólica**. São Paulo: Baraúna, 2011.

MARCHA Leva Mais de 10 Mil 'zumbis' às Ruas e Bate Recorde. **O GLOBO**. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/blogs/pagenotfound/posts/2011/11/28/marcha-leva-mais-de-10-mil-zumbis-as-ruas-bate-recorde-418941.asp>. Acesso em: fev. 2014.

MARCHA reúne cerca de 5.000 "zumbis" no centro de São Paulo. **FOLHA DE SÃO PAULO**. São Paulo, 2 out. 2013. Disponível em:

<http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2013/11/1366164-marcha-de-zumbis-reune-cerca-de-5000-pessoas-no-centro-de-sp.shtml>. Acesso em: abr. 2015.

MATURANA, L. Imagem Corporal: noções e definições. **Revista Digital de Buenos Aires – Ano 10**, nº 71, 2004. Disponível em: www.efdeportes.com/efd71/imagem.htm. Acesso em: mar. 2015.

NASCIMENTO, L. M. P.; AMARAL, R. M.; MENEZES, R. L.; SANDOVAL, R. A. Percepção da imagem corporal, auto-estima e qualidade de vida em alunos da UNATI/UCG. **EF y deportes**, 127. 2008. Disponível em:

<http://www.efdeportes.com/efd127/percepcao-da-imagem-corporal-auto-estima-e-qualidade-de-vida.htm>. Acesso em: mar. 2015.

PARKER, R. Body Hatred. **British Journal of Psychoteapy**. vol 19, ed. 4, p. 447-464, 2006. Disponível em: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1752-0118.2003.tb00098.x/abstract>. Acesso em: jun. 2015.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1989.

RUSSEL, J. **Book of the Dead: the complete history of Zombie cinema**. Surrey: FAB Press, 2007.

SANFORD, J. A. **Mal, o lado sombrio da realidade**. 2 ed. São Paulo: Paulinas, 1988.

STEIN, Murray. **Jung – O Mapa da alma**. SP: Cutrix, 2006.

STRATTON, J. Zombie Trouble: Zombie texts, Bare Life and Displaced People.

European Journal of Cultural Studies, 2011, vol. 14, n. 3, p. 265-281. Disponível em: <http://ecs.sagepub.com.ez95.periodicos.capes.gov.br/content/14/3/265.full.pdf+html?>

Acesso em: jun. 2015.

SCHILDER, P. **A Imagem do Corpo: As Energias Construtivas da Psique**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

SILVA, T. M. **Teste t-student**: teste igualdade de variâncias. Barcharelado em Estatística – Universidade Federal do Pará – Instituto de Ciências Exatas e Naturais, Belém, 2014.

STOBÄUS, C.D. **Desempenho e auto-imagem em amadores e profissionais de futebol**: Análise de uma realidade e implicações educacionais. Dissertação (Mestrado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 1983.

WILENTZ, A.A **Zombie Is a Slave Forever**. **The New York Times**, Los Angeles, 30 oct, 2012. The Opinion Pages. Disponível em: http://www.nytimes.com/2012/10/31/opinion/a-zombie-is-a-slave-forever.html?smid=fb-share&_r=2&. Acesso em: out. 2015.

WILKINSON, M. The emergente self. **Coming into Mind**. London: Routledge, 2006. p . 154 – 178.

TENGA, A.; ZIMMERMAN, E. Vampire Gentlemen and Zombie Beasts: A Rendering of True Monstrosity. *Gothic Studies*, Vol 15(1). 2013. In: GEORGE, S.; HUGES, B. **Open Graves, Open Minds**: Vampires and the Undead in Modern Culture: *Gothic Studies Special Issue*. Manchester University Press, 2013.

“THE WALKING DEAD” season 5 premiere breaks ratings record as the most watched cable show of all time. **Forbes Magazine**. Oct. 13, 2014. Disponível em: <http://www.forbes.com/sites/allenstjohn/2014/10/13/the-walking-dead-season-5-premiere-breaks-ratings-record-as-the-most-watched-cable-show-of-all-time/>. Acesso em: maio 2015.

THE WALKING DEAD (1.^a TEMPORADA). In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2015. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=The_Walking_Dead_\(1.%C2%AA_temporad a\)&oldid=45637407](https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=The_Walking_Dead_(1.%C2%AA_temporad a)&oldid=45637407) . Acesso em: jun. 2015a.

TWOHY, M. **From Voodoo to Viruses**: The Evolution of the Zombie in Twentieth Century Popular Culture. Mestrado. Filosofia em literatura popular. Trinity College Dublin, Irlanda, 2008. Disponível em: http://www.moshspace.com/theses/zombie_thesis.pdf. Acesso em: maio 2014.

WEBB, J.; BYNARD, S. Some Kind of Virus: The Zombie as Boby and as Trope. **Body&Society**, 2012, vol. 14, n. 2, p. 83-98. Disponível em: <http://bo.sageup.com/content/14/2/83>. Acesso em: out. 2014.

WHITMONT, E. C. A evolução da sombra. In: ZWEIG, C.; ABRAMS, J. **Ao encontro da sombra**: o potencial oculto do lado escuro da natureza humana. São Paulo: Cultrix, 2005.

ZOMBIE WALK. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2015. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Zombie_Walk&oldid=43903482. Acesso em: jun. 2015b.

'ZOMBIE WALK' toma orla de Copacabana. **O DIA**. Disponível em: <http://odia.ig.com.br/noticia/rio-de-janeiro/2014-11-02/zombie-walk-toma-orla-de-copacabana.html>. Acesso em: set. 2015.

'ZUMBIS' fazem caminhada pelas ruas de São Paulo no Dia de Finados. G1. São Paulo, 2 nov, 2015. Disponível em: <http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2015/11/zumbis-fazem-caminhada-pelas-ruas-de-sao-paulo-no-dia-de-finados.html>. Acesso em: nov. 2015.

“ZUMBIS” invadem centro de São Paulo no feriado de Finados. **FOLHA DE SÃO PAULO**. São Paulo, 2 out. 2011. Disponível em: <http://f5.folha.uol.com.br/humanos/1000593-zumbis-invadem-centro-de-sao-paulo-no-feriado-de-finados.shtml>. Acesso em: set. 2015.

ZWEIG, C.; ABRAMS, J. **Ao encontro da sombra:** o potencial oculto do lado escuro da natureza humana. São Paulo: Cultrix, 2005.

ZWEIG, C.; WOLF, S. **O jogo das sombras:** iluminando o lado escuro da alma. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

ANEXO 1

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**

Título: Imagem de si e escolha de mídias de apocalipse zumbi em universitários – uma leitura analítica

OBJETIVO DO ESTUDO: O objetivo é investigar respostas subjetivas referentes à escolha da mídia de apocalipse zumbi em universitários.

ALTERNATIVA PARA PARTICIPAÇÃO NO ESTUDO: Caso aceite participar do estudo, ainda poderá retirar-se a qualquer momento sem ônus ou consequências.

PROCEDIMENTO DO ESTUDO: O estudo consiste na apresentação a uma questão semiaberta, aplicação do Questionário de Autoimagem e Autoestima (STOBÄUS, 1983) e por fim a aplicação do QHC-Universitários. O tempo previsto para cada encontro será de até 90 minutos.

GRAVAÇÃO EM ÁUDIO: A questão semiaberta será gravada em áudio e ouvida posteriormente pelo pesquisador. Os áudios serão utilizados somente para a pesquisa. Caso não queira ser gravado, não poderá participar da pesquisa.

RISCOS: Você pode achar que determinadas perguntas o/a incomodam. Pode optar por não responder a quaisquer perguntas que o/a façam sentir-se incomodado/a.

CONFIDENCIALIDADE: Nenhuma publicação partindo do material coletado nesta pesquisa revelará os nomes de quaisquer participantes da pesquisa.

DÚVIDAS: Esta pesquisa possui vínculo com a Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, através do Programa de Estudos Pós-Graduados em Psicologia Clínica do qual aluno Gregório do R. M. C. Dias é o pesquisador principal, sob a orientação da Profª Dra. Liliana Liviano Wahba. O investigador estará disponível para responder a qualquer dúvida que o participante tenha. Caso seja necessário, contate o pesquisador nos telefones (13) 9-9777-5121 ou (13) 3467-6566, ou pelo email: gregslot@hotmail.com, ou o Comitê de Ética em Pesquisa, CEP-PUC-SP no telefone (11) 3670-8466 ou pelo e-mail cometica@pucsp.br.

O participante terá uma cópia deste consentimento para que possa guardar. O participante fornecerá nome, endereço e telefone de contato apenas para que o pesquisador possa contatá-lo/a em caso de necessidade.

Nome: _____

Endereço: _____

Telefone: _____

Eu concordo em participar deste estudo e compreendi as informações fornecidas.

Assinatura: _____

Data: _____

Discuti a proposta da pesquisa com este participante e, em minha opinião, ele compreendeu suas alternativas (incluindo não participar da pesquisa, se assim o desejar) e deu seu livre consentimento em participar deste estudo.

Assinatura (Pesquisador): _____

Nome: _____

Data: _____

ANEXO 2

QUESTIONÁRIO DE AUTO-IMAGEM E AUTO-ESTIMA (STOBÄUS, 1983)

O presente questionário é de caráter individual e sigiloso.

Gostaríamos que seus dados fossem preenchidos o mais precisamente possível.

Marque com um X a Alternativa que você considera mais correta. Obrigado

	sim	quase sempre	algumas vezes	quase nunca	não
1- Gostaria de fazer mais atividade física?					
2- Tenho problemas de saúde?					
3- Considero satisfatória minha situação financeira?					
4- Gostaria de ter maior êxito profissional?					
5- Gostaria de ter saúde diferente?					
6- Gostaria de estudar mais?					
7- Preocupo-me com minha situação financeira?					
8- Considero-me profissionalmente realizado?					
9- Sinto-me, profissionalmente, inferior aos meus colegas?					
10- Gosto de aprender?					
11- Sei encontrar soluções para os problemas que aparecem?					
12- Tenho boa memória?					
13- Tenho facilidade de criar idéias?					
14- Considero-me uma pessoa feliz?					
15- Tenho curiosidades em conhecer coisas novas?					
16- Tenho planos para o futuro?					
17- Sinto conflitos interiores?					
18- Considero-me uma pessoa realizada na vida?					
19- Gostaria de ser mais inteligente?					
20- Fico tenso e preocupado quando encontro problemas?					
21- Gostaria de ter memória melhor?					
22- O meu passado deveria ter sido diferente?					
23- Canso-me facilmente?					
24- Consegui, até agora, realizar o que pretendia na vida?					
25- Preocupo-me muito comigo mesmo?					
26- Interesse-me pelos outros?					
27- Aceito a minha vida como ela é?					

	sim	quase sempre	algumas vezes	quase nunca	não
28- Tenho boas relações com as pessoas mais íntimas?					
29- Penso que os outros não têm consideração comigo?					
30- Relaciono-me bem com meus parentes?					
31- Parece-me que os outros têm vida melhor que a minha?					
32- Sinto-me abandonado pelos meus amigos?					
33- Sou dependente dos outros nas minhas necessidades econômicas?					
34- Sinto segurança em minhas atitudes?					
35- Considero-me uma pessoa tolerante?					
36- Tenho senso de humor?					
37- Tenho dúvidas sobre que atitude tomar?					
38- Aceito opiniões diferentes da minha?					
39- Sou uma pessoa triste?					
40- Acuso os outros de erros que eu cometo?					
41- Sinto-me magoado quando os outros me criticam?					
42- Sou uma pessoa medrosa?					
43- As opiniões dos outros têm influência sobre mim?					
44- Tenho certeza sobre o que está certo ou errado?					
45- Sou uma pessoa submissa?					
46- As convenções sociais me afetam?					
47- Sinto que os outros me evitam?					
48- Tenho medo da morte?					
49- Considero-me uma pessoa satisfeita?					
50- Se pudesse começar tudo de novo, gostaria de ter uma vida diferente?					