

## A COISIFICAÇÃO DO “EU” E A PERSONIFICAÇÃO DA “COISA” NAS REDES SOCIAIS: VERDADES E MENTIRAS NA FORMAÇÃO DAS ESTRUTURAS DE IDENTIDADES

Jefferson Cabral Azevedo/Universidade Estadual Norte Fluminense Darcy Ribeiro  
Carlos Henrique Medeiros Souza/Universidade Estadual Norte Fluminense Darcy Ribeiro  
Rosalee Santos Istoe/Universidade Estadual Norte Fluminense Darcy Ribeiro

**RESUMO:** O presente artigo tem como finalidade discorrer sobre os aspectos formadores das identidades e suas relações no mundo não-virtual, o que caracteriza a formação de falsas personalidades, ou identidades, para permitir aceitação nas Redes Sociais. Esse fenômeno afeta um grande número de pessoas devido a sua rápida propagação, causando incerteza sobre o que é mentira ou verdade nas relações virtuais. Nesse espaço virtual ocorre uma coisificação do EU e uma personificação da COISA. Aos traços das falsas identidades também se dão no nível psicológico, podendo, inclusive, ser analisados sob o ponto de vista psicanalítico, sociológico, filosófico e, até certo ponto, criminal, evidenciando as estruturas de personalidades desviantes.

**PALAVRAS CHAVE:** Redes Sociais. Psicanálise. Sociologia. Formação de Identidades.

**ABSTRACT:** This paper has as purpose to discuss the aspects of forming identities and their relationships in not virtual world, featuring the formation of false personalities, or identities, own acceptance in social networks. This phenomenon affects a large number of people due to its rapid spread, causing uncertainty about what is true or false in virtual relationships, where the thing becomes self and the self becomes a thing. The characteristics of false identities are also given to the psychological level, and may also be analyzed from the psychoanalytic point of view, sociological, philosophical and, to some extent, criminal, showing the deviant personality structures.

**KEYWORDS:** Social Networks. Psychoanalysis. Sociology. Identity formation.

### INTRODUÇÃO

No atual momento, os conceitos paradigmáticos estão se alterando velozmente graças aos avanços tecnológicos, presentes no final do século XX, que proporcionaram uma drástica modificação nos processos de comunicação, economia, costumes e realidade. A realidade até então conhecida foi totalmente reestruturada para uma virtualização das relações, dando lugar à atemporalidade e encurtando as distâncias geográficas. Consequentemente, as identidades oriundas desses choques entre concepções proporcionam novos paradigmas relativos à fluidez de comportamento e ao referencial para a estruturação psíquica.

Vivemos na era da informação, de rápidas mudanças nas estruturas sociais e em suas

relações. Não é, portanto, uma simples questão de ponto de vista, é uma ressignificação dos papéis, não mais fechados e inertes, ou melhor, a reconstrução dos parâmetros exercidos pela apropriação da convivência diária. E tal convivência distingue-se pela virtualização das relações nas Redes Sociais.

## 1 IDENTIDADES E REDES SOCIAIS

A definição de identidade pode ser ampla devido a suas várias concepções oriundas da psicologia, psicanálise, sociologia, filosofia e do momento histórico e social que uma determinada cultura atravessa e de seus paradigmas científicos.

No entanto, Castells (2002, p. 4) define identidade como

(...)a fonte de significado e experiências de um povo. Processo de construção de significado com base em um atributo cultural. Conjunto de atributos culturais inter-relacionados, o(s) qual(is) prevalece(m) sobre outras fontes de significado.

Neste contexto, é importante salientar aspectos importantes, tais como o conjunto de atributos culturais e seus inter-relacionamentos e, acima de tudo, o fator de construção simbólica.

Segundo Freud (1969), em *Totem e Tabu*, a identidade se estabelece no cruzamento de nosso aparato psíquico (com que nascemos) e a realidade externa. O que existe fora de nós é chamado de sociedade humana, com suas instituições e normas. Essa percepção de identidade nos permite ter a sensação de continuidade, de sermos sempre os mesmos independentemente do momento em que estamos vivendo, seja no passado ou no presente.

É nessa perspectiva que podemos analisar a constituição do sujeito pela cultura, seja psíquica ou materialista. Freud (1969) refere-se às instituições humanas como produtos de uma forma de pensamento, tanto instituições matrimoniais como casamento grupal, quanto instituições com características religiosas como o Totemismo ou, ainda, a economia que atravessa todas as outras instituições.

Para Maia (2007, p. 6),

A identidade do sujeito pós-moderno já não é taxada como fixa ou permanente, como acontecia no Iluminismo. Passa-se a compreender que o indivíduo pode assumir diferentes posições, conforme o papel que está representando, gerando um processo de identificação que não é automático, mas pode ser ganho ou perdido ao longo de sua trajetória. A complexidade da vida cotidiana, atravessada pela globalização que encurta distâncias e conecta comunidades em novas estruturas de espaço-tempo, impõe que assumamos distintas identidades que podem ser conflitantes entre si. Posicionamo-nos frente ao outro de acordo com as expectativas lançadas sobre nós.

Assim, vivemos o que chamamos de identidade líquida ou modernidade líquida, de acordo com Bauman (2005), que discorre sobre a decadência das instituições sociais e a perda de

valores propagadas por estas.

Maia (2007, p. 7), ao citar Hall (1999)<sup>i</sup>, enfatiza sobre o aspecto da crise de identidade vivenciada na sociedade pós-moderna e argumenta que:

O sujeito fragmentado caracteriza-se por ter múltiplas identidades culturais – que podem ser contraditórias ou não – provisórias, variáveis e, muitas vezes, problemáticas. O indivíduo pós-moderno assume uma identidade "móvel" e "temporária" – uma possibilidade dentre as múltiplas possíveis – de acordo com o momento e local. Isso ocorre porque a construção da identidade se dá na interação com os outros – e "*pelos formas através das quais nos imaginamos ser vistos por outros*" – ao longo da vida, constituindo um processo em constante mudança e formação.

Segundo Souza (2006, p. 12), estes valores estabelecidos se dão através da “indústria cultural que massifica e aliena, padronizando identidades e excluindo qualquer possibilidade de construções identitárias individualizadas.”

Essa indústria cultural se fortifica hoje pelo culto às Redes Sociais e pela Internet que já ultrapassou a televisão como maior meio de entretenimento. As Redes Sociais tiveram uma rápida aceitação social, influenciando direta e indiretamente os costumes e os hábitos das mais diversas populações e classes sociais.

Dentro desse processo dialógico entre o psiquismo e o social é que, no presente momento, as Redes Sociais possibilitam uma gama de significantes, podendo ofertar um maior campo simbólico para influenciar a formação de identidade.

De acordo com a perspectiva de Castells (2002, p. 499), as

(...) redes são estruturas abertas capazes de expandir de forma (...) redes são estruturas abertas capazes de expandir de forma ilimitada, integrando novos nós desde que consigam comunicar-se dentro da rede, ou seja, desde que compartilhem os mesmos códigos de comunicação (por exemplo, valores ou objetivos de desempenho). Uma estrutura social com base em redes é um sistema aberto altamente dinâmico, suscetível de inovação sem ameaças ao seu equilíbrio.

A dinâmica desse processo oferece uma enorme mudança em relação aos processos anteriores devido a sua velocidade, quantidade de informações e acessibilidade, além, é claro, da interatividade. O sujeito não é um mero telespectador, ouvinte ou leitor; ele sai de uma figura passiva de receptor e passa a ser emissor-receptor.

Nesse processo interativo, devemos salientar que o desenvolvimento tecnológico vivido nos últimos anos, principalmente no final do século XX, tendo como catalisador a Globalização, possibilitou as enormes mudanças nas concepções de comunicação e formação de subjetividade. Entretanto, essa alteração da subjetividade, seja como causa ou consequência, modifica e transforma a estrutura social e suas relações de poder, além de possibilitar o surgimento de uma nova cultura baseada na informação.

Castells (2002), em *O poder da identidade*, relata que muitas das transformações sociais vividas nos últimos anos do século XX foram consequências da reestruturação do capitalismo,

quando o conhecimento e a informação adquiriram um papel crucial nos processos produtivos e as transformações sociais modificaram essencialmente as relações de trabalho.

## 2 VERDADES, MENTIRAS E ESTRUTURAÇÃO PSÍQUICA

De acordo com Castells (2005), a identidade de um povo está diretamente relacionada à sua linguagem. A identidade e os atributos culturais usam a linguagem como veículo para a estruturação das relações sociais. A linguagem como elemento de unificação propicia que o sujeito, através de identificação, possibilite sua individuação e autenticidade e, ao mesmo tempo, estabeleça um sentimento de pertencimento no espaço social.

Para Castells (2005, p. 17), há

(...) sem dúvida a habilidade ou inabilidade de as sociedades dominarem a tecnologia, e, em especial aquelas tecnologias que são estrategicamente decisivas em cada período histórico, traça seu destino a ponto de podermos dizer que, embora não determine a evolução histórica e a transformação social, a tecnologia (ou sua falta) incorpora a capacidade de transformação das sociedades, bem como os usos que as sociedades, sempre em um processo conflituoso, decidem dar ao seu potencial.

Sobre esse aspecto, Vigotski (2000, p. 36), em *Pensamento e Linguagem*, enfatiza que:

A transmissão racional e intencional de experiência e pensamento a outros requer um sistema mediador, cujo protótipo é a fala humana, oriunda da necessidade de intercâmbio durante o trabalho.

Entretanto, Vigotski (2000, p. 68) também vê a importância da generalização e ressalta que:

Um estudo mais aprofundado do desenvolvimento da compreensão e da comunicação na infância levou a conclusão de que a verdadeira comunicação requer significado – isto é generalização -, tanto quanto signos. De acordo com a descrição perspicaz de Edward Sapir, o mundo da experiência precisa ser extremamente simplificado e generalizado antes que possa ser traduzido em símbolos. Somente assim a comunicação torna-se, de fato, possível, pois a experiência do indivíduo encontra-se apenas em sua própria consciência e é, estritamente falado, não comunicável. Para se tornar comunicável, deve ser incluída numa determinada categoria que, por convenção tácita, a sociedade humana considera uma unidade.

Dessa forma, a comunicação humana requer uma atitude que generalize o desenvolvimento do significado da palavra. O destaque é dado às possibilidades de que cada um

dispõe no ambiente em que vive, ou ao acesso de cada ser humano a instrumentos físicos (enxada, talheres, livro) e simbólicos (cultura, valores familiares, religião), desenvolvidos em gerações precedentes. Nesse aspecto, a aprendizagem é enfatizada e a aquisição de conhecimentos depende diretamente da interação do sujeito com o meio.

Vigotski (2000, p. 23) afirma que:

O pensamento verbal não é uma de comportamento natural e inata, mas é determinado por um processo sócio-histórico e tem propriedades e leis específicas que não podem ser encontradas nas formas naturais de pensamento e fala. Uma vez admitido o caráter histórico do pensamento verbal, devemos considerá-lo sujeito a todas as premissas do materialismo histórico, que são válidas para qualquer fenômeno histórico na sociedade humana.

A língua é um fator primordial para que o sujeito, através do simbólico, estabeleça uma visão de si mesmo. Porém, inicialmente, a língua falada possui variações estruturais que dificultam a generalização e as trocas entre culturas, e é por meio da escrita que o mundo caótico ganha um pouco de regularidade, permitindo troca de conhecimento e crescimento da estrutura social e econômica.

A incorporação através do social se dá pela linguagem, permitindo uma estruturação das identidades. Bauman (2005) afirma que a “liquidez das identidades” está diretamente ligada à liquidez das línguas falada ou escrita e, no atual momento histórico, na escrita on-line.

A grande necessidade de desenvolver o sentimento de pertença conduz o sujeito nas redes digitais a demonstrar uma identidade bem distinta daquela apresentada no mundo “não-virtual”, subjugando a verdadeira identidade por um falso Self, dentro da teoria psicanalítica de Winnicott, ou Persona, na teoria da Psicologia Analítica, desenvolvida por Jung.

Para Winnicott (1990b, p. 26), existe uma dicotomia entre o falso e o verdadeiro. Ele expõe que: “Enquanto o self verdadeiro é sentido como real, a existência do falso self resulta em uma sensação de irrealidade e em um sentimento de futilidade”.

O processo de formação de identidades nas redes perpassa vários aspectos interessantes e ao mesmo tempo trágicos pois, segundo Freud (1969), a formação da personalidade se dá através de e pelo Outro. Entretanto, quem é este outro dentro de um mundo tecnologicamente virtual, onde as relações são efêmeras e transitórias? Por vezes, as Redes Sociais funcionam como um grande grupo que exerce influência sobre os comportamentos dos componentes e subjuga a identidade individual. Freud (1969, p. 29), ao citar Le Bon (1969), afirma que: “os dotes particulares dos indivíduos se apagam num grupo e, dessa maneira, sua distintividade se desvanece”. Segundo o mesmo autor (1969, p. 36), existem dois fatores importantes:

O primeiro é que o indivíduo que faz parte de um grupo adquire, unicamente por considerações numéricas, um sentimento de poder invencível que lhe permite render-se a instintos que, estivesse ele sozinho, teria compulsoriamente mantido sob coerção. Ficaré ele ainda menos disposto a controlar-se pela consideração de que, sendo um grupo anônimo e, por consequência, irresponsável, o sentimento de responsabilidade, que sempre controla os indivíduos, desaparece inteiramente.

Segundo Gonçalves (2008, p. 9), “Winnicott desenvolve o conceito de verdadeiro e falso self tomando como partida a ideia de Freud de self, constituído por um núcleo central que é controlado pelos instintos e outra parte voltada para o exterior e relacionada com o mundo”.

Para Souza (2005, p. 6), esse mundo contempla e permeia várias mudanças na sociedade moderna, trazidas pela cibercultura. Inferimos que estamos diante de uma nova forma de produção social do espaço, na qual o tempo-real instantâneo é um tempo sem tempo e o novo dia a dia é destituído de espaço e matéria. A imagem-fluxo, a presentificação, a realidade virtual e as diversas possibilidades de comunicação no ciberespaço sugerem um novo ambiente: as cidades digitais. A realidade virtual que se apresenta no ciberespaço não é somente fruto de contemplação sensorial das imagens e troca de informações, mas uma forma objetiva de ser da nova materialidade do arranjo social em redes de comunicação.

Winnicott, em suas teorias psicanalíticas, desenvolveu o conceito de “falso self” para representar uma identidade que venha a ter aceitação para o próprio sujeito e para os Outros, mediados pela cultura que os circunda. Essa falsa identidade ou personalidade encobre a verdadeira, permeando, assim, uma conduta baseada apenas na aparência dos fatos.

Winnicott (1990a, p. 48) cita uma classificação da organização do “falso self” em níveis distintos, da patologia à normalidade, como:

- o falso self usado e tratado como real, ocultando o verdadeiro self;
- o falso self que defende e protege, mas que sente o verdadeiro self como potencial e o preserva numa vida secreta;
- o falso self que se ocupa em encontrar condições ambientais que possibilite ao self verdadeiro começar a existir;
- o falso self constituído sobre identificações introjetadas ao longo da vida;
- na normalidade, o falso self como a atitude social adequada, protegendo um verdadeiro self que se encontra vivo.

Essa concepção também se aproxima da ideia de *Persona*, Arquétipo, desenvolvida por Jung, para o qual todos nós criamos papéis e agimos conforme as circunstâncias nos exigem. Utilizamos várias *Personas* ao longo das nossas vidas conforme o meio em que vivemos. Porém, com a flexibilidade e o dinamismo presentes nas Redes Sociais, mediados pela tecnologia, permite-se que estes papéis, ou seja, a *Persona*, ganhem vida nesse “não-lugar”, possibilitando que o sujeito seja qualquer coisa, menos ele mesmo. Essa coisificação do “EU” e a personificação da “COISA”, forçadas pela manutenção das *Personas* nas Redes produz uma imensa gratificação emocional, e, ao mesmo tempo, um enorme sentimento de insegurança, além de um gigantesco gasto de energia psíquica para manter as aparências desses papéis.

Nos escritos desenvolvidos por Jung (1961), *Persona* pode ser entendido como a máscara com a qual nos apresentamos ao mundo. É como um complexo da personalidade pelo qual nos relacionamos com o meio. A *Persona* inclui os papéis sociais, tipos de expressão e comunicação. Ela apresenta características positivas e negativas que nos protegem das forças que nos invadem. Portanto, o sujeito pode adotar conscientemente ou inconscientemente uma personalidade artificial ou mascarada inversa aos seus traços de caráter. Assumimos diferentes *Personas* dependendo do meio no qual nos encontramos.

Essa insegurança proporciona um comportamento muitas vezes compulsivo para que o

“EU” verdadeiro não venha à tona. Essa valorização do falso em detrimento do próprio “EU” produz personalidades desviantes e, muitas vezes, até patológicas onde o “FAKE” faz parte de uma “FACE” sujeitada, ou ainda, disfarçada, pois demonstra que o Eu verdadeiro poderia trazer consigo o inexorável e o imponderável, como comportamentos inaceitáveis socialmente, como os transtornos relacionados a parafilia, como a pedofilia, necrofilia, voyeurismo, fetichismo, sadismo, masoquismo, entre outros, além daqueles relacionados à psicopatia, ou simplesmente, trazer para o reconhecimento social uma imagem produzida para obter, através dela, uma visibilidade, ou aceitação.

Na virtualização das relações, implicitamente, pode-se observar o Poder da Visibilidade. A busca pela visibilidade dentro das redes pode trazer consigo comportamentos que não são admitidos no mundo “Real”, onde as relações são marcadas por normas e regras. Tais normas e regras não são estabelecidas nas redes e são, assim, subjetivas, apresentando pouca capacidade ou força de gerar senso crítico. Nesse âmbito, podemos presenciar a utilização de artifícios para conseguir a visibilidade passando por cima da Ética e da Moralidade.

Turkle (1997, p. 12 ) destaca que:

Na história da construção da identidade na cultura da simulação, as experiências na Internet ocupam um lugar de destaque, mas essas experiências só podem ser entendidas como parte de um contexto cultural mais vasto. Esse contexto é a história da erosão das fronteiras entre o real e o virtual, o animado e o inanimado, o eu unitário e o eu múltiplo, que está a ocorrer tanto nos domínios da investigação científica de ponta como nos padrões da vida quotidiana.

O desejo de obter visibilidade exerce um enorme poder sobre o sujeito, forçando-o a um ritual maniqueísta superdimensionado pelas Redes.

As Redes Sociais produzem fascínio e encantamento, proporcionando a atemporalidade dos relacionamentos e a multiplicação das identidades, chegando a uma analogia com o “transtorno dissociativo”, mais conhecido popularmente como “múltiplas personalidades”. Geralmente, as pessoas que utilizam o “FAKE” têm conhecimento dessas falsas identidades, pois são frutos de sua criatividade, mas proporcionam relações baseadas nessa falsificação. Será que a verdade é importante nessas relações? Quem afiança a veracidade dos dados disponibilizados nas Redes Sociais?

Nesse emaranhado de informações, o público e o privado se entrelaçam e se confundem, em que a mentira em muitos casos é a certeza e a verdade é apenas uma dúvida.

O conceito de verdade é bem amplo e variado conforme o campo de estudo e o referencial histórico pelo qual optamos. A verdade, filosoficamente falando, foi alvo de contemplação dos sofistas que a apresentavam como sendo obra do discurso. Para Sócrates e Platão, existe uma verdade independente do discurso, uma episteme que vai além da pura opinião e que aborda a profundidade das coisas em sua imutabilidade. Para a filosofia Marxista, a verdade é produzida pela economia e pela luta das classes como instrumento de dominação.

Freud (1969) salienta que o processo de construções de verdades é dinâmico e possui uma enorme gama de variáveis psicológicas sendo influenciadas pelos aspectos cognitivos, percepções, recalques etc. Este emaranhado de processos é o que possibilita que cada sujeito crie sua própria verdade.

Foucault (1999), em seus estudos sobre o poder, enfatiza que as ditas verdades oficiais só as são porque existe uma instituição com credenciais para afiançá-las, pois são reconhecidas. Nesse caso, para Foucault, verdade é poder.

Jolivet (1975 *apud* KIERKEGAARD<sup>ii</sup>), ao citar a escola existencialista, explica que a existência antecede a essência e, neste caso, Kierkegaard (JOLIVET, 1975, p. 15) nos aponta:

(...) que a existência precede a essência. Antes de qualquer coisa, eu existo e através dessa existência eu me crio, eu crio a minha verdade, sou artífice da minha própria essência, existo na medida em que completo essa essência.

Para Kierkegaard (2007), a verdade se apresenta como o resultado das ações humanas, é a própria vida posta em atos. Nesse ponto, no lugar de pensar no que é verdade, deveríamos agir conforme o que achamos que seja verdade. De acordo com Kierkegaard (JOLIVET, 1975, p. 23), “recusar o risco é recusar a verdade.”

O risco de viver e aceitar a verdade é um processo individual e único.

Pela vida, eu devo transformar-me na regra do meu próprio comportamento, graças à espontaneidade da razão e do coração, que são conaturais da verdade e do bem. Unicamente por isto é que a verdade se tornará a minha verdade, porque não há verdade para com o indivíduo senão quando ele próprio, agindo, a produz (JOLIVET, 1975, p. 12).

Entretanto, esse processo não se faz sozinho, mas pelo Outro e com o Outro. E é necessário haver comunicação, pois se “comunicar com o outro é fazê-lo existir. Mas fazê-lo existir é também fazer-se existir a si próprio” (JOLIVET, 1975, p. 15).

E é exatamente sobre esse processo de comunicação que a mídia e, mais especificamente, as Redes Sociais e a internet, de um modo geral, têm mais impacto que qualquer outra instância. A verdade posta nas Redes é aceita de forma crua, sem preocupação de análise ou senso crítico, pois as massas apenas a absorvem simplesmente porque o grupo afiançou. Entretanto, existem grupos minoritários que comunicam coisas sensatas, mas, por não possuírem um grupo ou aceitação por grande parte da Rede, são desacreditadas.

Segundo Forbes (2011), diretor da Clínica de Psicanálise do Centro do Genoma Humano da USP, a verdade no mundo virtual é efêmera e inconstante, criando assim um referencial baseado não na verdade mas, sobretudo, na mentira. Assim, Forbes (2011, p. 12), relata que:

O paradoxo é o que ocorrerá exatamente ao contrário: tudo a priori será mentira e as pessoas ficarão tontas correndo atrás da verdade. Até hoje a verdade tinha selo de garantia de quem a pronunciava.

Esse paradoxo existente no mundo não-virtual é que permeia as presentes relações, causando uma tremenda incerteza e, até certo ponto, uma dúvida constante.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste emaranhado de nomes, de pseudônimos e falsos perfis, a única certeza é de não ter certeza, pois o referencial se baseia apenas no discurso e na aceitação ou não aceitação do que é compartilhado nas Redes e na internet. Porém, pode haver benefícios e malefícios nessas relações transitórias marcadas tanto pelas imprevisibilidades como pelas incertezas. Os benefícios é que as relações tornam-se mais pessoais e menos dependentes das intervenções institucionais. Entretanto, os malefícios também se referem à falta de intervenção institucional nas comunicações e relações virtuais, em que pessoas com desejos escusos e sem nenhum tipo de controle externo podem mascarar ou disfarçar suas reais intenções, podendo, inclusive, serem marcadas por ações e atos ilegais do ponto de vista penal.

Outro fator importante é a busca pela visibilidade e pela aceitação, ou mesmo a formação “identitária”, passando a ter a incerteza como referencial e parâmetro. Nesse âmbito, concorre como instrumento eliciador e influenciador de personalidade, reduzindo ou dividindo espaços e influência com as velhas instituições como família, colégio, religião. Porém, a virtualização é bem mais dinâmica e seu alcance é bem maior que as tradicionais instituições.

## REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. *Identidade*. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 2005.

CASTELLS, Manuel. *O Poder da Identidade*. v.2. 5ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002. in *A era da informação: Economia, sociedade e cultura*.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede – a era da informação: economia, sociedade e cultura*. v. 1. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2005.

FORBES, Jorge. *Verdades e Mentiras. Psique*. São Paulo, n. 61, p. 12-13, mar. 2011.

FOUCAULT, Michel. *Microfísica do Poder*. Rio de Janeiro Editora Graal. 1999.

FREUD, Sigmund. Totem e Tabu e outros trabalhos. In: *E.S.B.*, vol. XII. Rio de Janeiro: Imago, (1912) 1969.

GARCIA-ROZA, Luiz Alfredo. *Freud e o inconsciente*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

GONÇALVES, Virginia Maria Martinelli Braga. *Blog Terapia de família*. 2008. Disponível em: <<http://terapiadefamilia.wordpress.com/2010/12/07/caracterizando-segundo-winnicott-a-personalidade-de-tipo-falso-self/>>. Acesso em 07 de abril de 2011.

HALL, Stuart. *A Identidade Cultural na Pós-modernidade*. 7ª ed. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 1999.

- JOLIVET, Régis. *As doutrinas existencialistas*. Porto: Livraria Tavares Martins, 1975.
- JUNG, Carl Gustav. *Os Arquétipos e o Inconsciente*. Coletivo - Obra Completa. Petrópolis: Vozes. (1961). 7ª ed. 2011.
- KIERKEGAARD, Sören. *O Desespero Humano*. São Paulo. Ed. Martin Claret 2007
- MAIA, Aline Silva Correa. *Telenovela Projeção, identidade e identificação na modernidade líquida*. Universidade Federal de Juiz de Fora. Minas Gerais, agosto de 2007. Disponível em: <[http://www.compos.org.br/files/24ecompos09\\_AlineMaia.pdf](http://www.compos.org.br/files/24ecompos09_AlineMaia.pdf)>. Acesso em 15 de maio de 2010.
- SOUZA, C.H.M. e COSTA, M.A.B. Abordagens antropológicas do ciberespaço e da cibercultura. In: *Revista TB, Rio de Janeiro*, 163, p. 85-94, out-dez, 2005.
- SOUZA, Jessé (Org.). *A invisibilidade da desigualdade brasileira*. Belo Horizonte: UFMG, 2006.
- TURKLE, Sherry. *A vida no ecrã. A identidade na era da internet*. Lisboa, Relógio D'água, 1997.
- VIGOTSKI, L. S. *Pensamento e Linguagem*. São Paulo, 2000 Editora: Martins 2000.
- WINNICOTT, D.W. *Distorções do ego em termos de falso e verdadeiro self. O Ambiente e os Processos de Maturação*. Porto Alegre: Artes Médicas, 1990a.
- WINNICOTT, D.W. *Natureza Humana*. Rio de Janeiro: Imago, 1990b.

- i HALL, Stuart. *A Identidade Cultural na Pós-modernidade*. 7ª ed. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 1999.
- ii KIERKEGAARD, Sören. *O desespero humano*. São Paulo: Martin Claret, 2007.