

Tiago Pilotto Rodrigues Alves

Universidade de São Paulo



Possui graduação em Psicologia pela Universidade Presbiteriana Mackenzie (2016). Atualmente é psicólogo - Consultório Particular. Tem experiência na área de Psicologia, com ênfase em Psicologia Analítica, atuando principalmente nos seguintes temas: psicoterapia analítica, jornada do herói e mito. Também é Orientador Profissional e utiliza Caixa de Areia (Sandplay).

CV: <http://lattes.cnpq.br/6417500340659664>

E-MAIL: tiago.pilott22@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6361-3822>

O Morto-Vivo como símbolo e sintoma da destrutividade do ethos contemporâneo

RESUMO: O presente artigo possui como objetivo analisar a imagem do Morto-Vivo assim transmitida pelo seriado televisivo “The Walking Dead” como representação artística da destrutividade e negatividade do ethos contemporâneo. Alguns personagens e suas relações também foram analisadas, apresentando-se como indicadores desta corrupção pós-moderna.

PALAVRAS-CHAVE: MORTO-VIVO; ZUMBI; *THE WALKING DEAD*; SÍMBOLO; *ETHOS*

The undead as a symbol and
symptom of the degeneration
of contemporary ethos

ABSTRACT: The objective of this article is to analyze the image of the Undead, transmitted by the television series “The Walking Dead” as an artistic representation of the degeneration and negativity of the contemporary *ethos*. Some characters and their relationships were also analyzed, presenting themselves as indicators of this postmodern corruption.

KEYWORDS: UNDEAD; ZOMBIE;
THE WALKING DEAD; SYMBOL;
ETHOS

O Morto-Vivo como símbolo e sintoma da degeneração do ethos contemporâneo

Tiago Pilotto Rodrigues Alves
Universidade de São Paulo

INTRODUÇÃO: O MORTO-VIVO (ZUMBI)

O Morto-Vivo, comumente conhecido como Zumbi, é um monstro que se faz presente em muitos filmes, quadrinhos, jogos de tabuleiro e videogames. Este ser povoa o imaginário coletivo, em falas, brincadeiras e expressões, aparecendo às vezes até em jogos de Role Playing Game (RPG), onde os participantes imaginam e fantasiam situações que vivem como personagens de histórias criadas em grupo. Neste tipo de jogo, imagina-se como sobreviver ao tão temido “apocalipse zumbi”. O Apocalipse Zumbi se refere à completa destruição da sociedade devido à rápida proliferação de mortos-vivos, normalmente iniciando-se em grandes centros urbanos e se alastrando pelo resto do país e do mundo (efeito da grande facilidade de transportes intercontinentais, da rápida disseminação do fenômeno zumbificante, etc.). Quanto mais pessoas aglomeradas, pior o prognóstico geral e maior é a desolação causada pelos mortos que caminham (e às vezes correm).

in: Ethos humano e mundo contemporâneo. Diálogos e estudos.

Organização e Coordenação Sandra Patrício
Editora Baracoa – 2019

Desprovido de consciência ou moral, é um resíduo putrefato de um ser humano, transformado de morto a ser movente, mas “inanimado”, extirpado de “anima”, de alma. Sua única volição é a de consumir carne; de preferência a carne humana. Na sociedade ocidental pós-moderna, raro é encontrar um habitante urbano que jamais ouvira falar em Mortos-Vivos. Este monstro é bem conhecido principalmente pela população jovem, que em determinados grupos discute exaustivamente sobre suas formas de funcionamento e, sobremaneira, como sobreviver durante a ocorrência de um “Apocalipse Zumbi”. Guimarães (2014) faz um estudo muito interessante com um grupo de jovens pertencente a um fórum online de domínio do Facebook sobre o fenômeno urbano Zombie Walk. Caracterizado por um “passeio” macabro pelas ruas do centro da cidade. Os participantes desta “parada cadavérica” se fantasiam de Mortos-Vivos, assustando os transeuntes e gerando olhares de espanto.

A série televisiva “The Walking Dead”, que retrata os mortos-vivos e os humanos inseridos no contexto pós-apocalíptico é exibida pela empresa AMC desde 2010 e se encontra em sua oitava temporada. Extremamente famosa, é alvo de infindáveis discussões em fóruns e grupos de bate-papo. Com críticas geralmente positivas e alto índice de visualizações, é a série que possui o maior número total de telespectadores na temporada de outono com classificação indicativa entre 18 e 49 anos na televisão a cabo americana (site da AMC¹, visualizado em 02/09/2018). O presente artigo se propõe a analisar a série, os mortos-vivos e alguns personagens e suas relações, como enunciador do sintoma da degeneração presente no *Ethos* contemporâneo.

1 <http://www.amc.com/shows/the-walking-dead/talk/2012/12/the-walking-dead-season-3-ratings>

O CARÁTER ARQUETÍPICO DO MORTO-VIVO

Ainda pensando sobre o problema que apresenta o morto-vivo, devemos buscar teóricos e pensadores que auxiliem no processo de sua compreensão. Carl G. Jung, pai da Psicologia Analítica, demonstra a existência de um Inconsciente Coletivo, comum a todos os seres humanos e “local” capaz de abrigar os Arquétipos. Esta é base e premissa para todo o desenrolar e construir da teoria junguiana. Largamente discutido, o conceito de arquétipo aparece desde o seu estabelecimento pelo teórico entre 1909 e 1912, quando este ainda estava colaborando com Freud, mas já estava investigando mitologia e escrevendo seu famoso livro *Psicologia do Inconsciente* (Stein, 2005, Jung, 2012). Para Jung (2006), os conteúdos inconscientes se projetam por natureza na realidade externa, com o objetivo último de serem introjetados de forma positiva e assim elaborados, formando então, na consciência, símbolos energéticos de cunho ideofetivos (imagens mentais e respostas emocionais) deste conteúdo emergente. Quando um arquétipo se manifesta no aqui e no agora, denominamo-los Símbolo (Jacobi, 1988).

Para a psicologia analítica (Jung, 2006, 2008a), os símbolos são expressos através de contos de fadas, folclore, mitos e sonhos. Contemporaneamente, estas manifestações simbólicas se apresentam através de filmes, revistas em quadrinhos, jogos eletrônicos e outras formas de veiculação midiática de longo alcance e grande velocidade de reprodução e divulgação (Jung, 2008a). Toda imagem que cresce de maneira exagerada dentro de certa cultura com muita segurança apresenta algum conteúdo simbólico e, portanto, arquetípico. Existem inúmeros exemplos deste fato, como, por exemplo, a atriz Marilyn Monroe representando um dos vários aspectos da Anima, ou a figura fictícia Mr. Hyde

Capítulo 20

como símbolo da Sombra, no famoso romance de Robert Louis Stevenson (Jung, 2008a).

É neste ponto que se encaixa tal qual uma luva a imagem simbólica do Morto-Vivo como apresentado na série “The Walking Dead”. Extremamente atraente para o público adolescente e jovem adulto, o monstro simboliza algo presente no psiquismo contemporâneo. Seu sentido torna-se mais claro a cada momento, aquele que aponta em direção à patologia, à depressão, angústia e à violência.

A bibliografia científica referente a esta temática em português é escassa. Em relação à psicologia foram encontrados poucos trabalhos publicados.

Guimarães (2014), cuja pesquisa é pautada na psicologia analítica, voltada à área clínica, levanta dados a respeito das fantasias de jovens acerca da imagem do morto-vivo, abrangendo aspectos importantes da psique humana em seu estudo. Através de um questionário realizado pela internet, categoriza diferentes características presentes nos Mortos-Vivos e explicitados por seus colaboradores nos questionários. É possível perceber a grande carga emocional que o morto-vivo elicia, bem como a grande quantidade de energia movimentada dentro dos colaboradores, que se expressam através de suas fantasias e discussões nos fóruns *online*. Ao final, Guimarães explica que deu apenas o primeiro passo em direção a uma maior compreensão do símbolo do Morto-Vivo e propõe que ele continue sendo estudado para avaliar as evoluções que sofre e gera na psique humana.

Fora da área da psicologia mas de caráter agregador ao tema, Del Olmo (2013) adentra de forma marcante o passado ocidental, tocando a idade média, ao alcançar as representações de “não-mortos” através de imagens e outras formas de comunicação utilizadas na época medieval e apreende em seu trabalho as diferentes possibili-

lidades representacionais do zumbi no decorrer do tempo e Gomes (2014) faz uma leitura do espaço narrativo no qual são encontradas estas figuras aterrorizantes, demonstrando cada vez mais sua aproximação do comum e vulgar; aquele que antes habitava lugares sombrios e misteriosos, agora aparece no espaço coletivo e próximo ao cotidiano, em centros urbanos, *shopping centers*, casas familiares, etc.

Colăcel (2017) é um autor romeno que discorre sobre o videogame *The Last of Us*, que também retrata, em sua história, uma figura muito parecida com um morto-vivo clássico, mas com algumas diferenças básicas, como sua constituição, transformação e causa de adoecimento. Em sua pesquisa na área linguística, analisa os discursos dos personagens e faz paralelos importantes entre algumas falas e um aspecto religioso constituinte do pensar dos personagens, no sentido de expiação dos pecados e da culpa de cometer atos hediondos em prol da sobrevivência. O autor também aborda os processos de identificação daquilo que é “ser humano”, no sentido de perceber-se e constituir-se como pessoa, a partir do foco na descaracterização do morto-vivo, apresentando-o como um “não humano”, devido à desfiguração do monstro. No geral, ele elucida uma forma de discurso que não é apenas verbalizado, mas apresentado através de imagens. Seja entre grupos - sobreviventes, monstros, animais, etc - ou entre pessoas -Elie, Joel, etc-, formas de comunicação se apresentam de diversas maneiras, criando um pano de fundo emaranhado de significados. Para ele, os diversos estilos de comunicação e a forma como eles são encenados dentro do videogame amontoam-se em uma linguagem processual que joga uma luz sobre os diversos mundos nos quais habita o *gamer*, o jogador deste tipo de mídia.

As pesquisas são no geral bastante recentes e, na área da psicologia, muito escassas, demonstrando que apenas na última década

o tema tem chamado a atenção de estudiosos no âmbito acadêmico, por mais que certas camadas da população tenham nutrido o apreço pela figura desde o seu desenvolvimento mais contemporâneo, no final do século xx.

O zumbi passou por crescentes modificações ao longo da história e continua a se modificar a cada ano. Estas transformações caracterizam-se em sua imagem, ou seja, na forma em que ele se expressa em determinada cultura. Desde a década de 1990, por exemplo, a imagem do morto-vivo era a de um ser em estado de putrefação, agressivo e devorador de carne humana, criação esta do diretor norte americano George Romero (1968, 1978). Antes disso, porém, em meados de 1930, o zumbi era uma espécie de “escravo” mental, sem vontade ou identidade, controlado por alguém com habilidades mágicas (1932). Estas duas imagens, a princípio diferentes, expressam um mesmo princípio psíquico básico, denominadas pela Psicologia Analítica de “Arquétipos”. Os arquétipos, entre outras coisas, são responsáveis pela gênese de imagens no consciente humano, através do conflito entre este e o inconsciente (pessoal ou coletivo), e estas imagens arquetípicas são denominadas “Símbolos”. Nos aprofundaremos nestes dois temas a seguir.

ARQUÉTIPOS E SÍMBOLOS

Largamente discutido, o conceito de arquétipo aparece desde o seu estabelecimento por Jung entre 1909 e 1912, quando este ainda estava colaborando com Freud, mas já estava investigando mitologia e escrevendo seu famoso livro *Psicologia do Inconsciente*. (Stein, 2005)

Foram coletados vários estudos revelando o funcionamento dos arquétipos, tanto de Jung com especial ênfase em sua obra

Arquétipos e o Inconsciente Coletivo (2012), até Withmont (1995), Edinger (1995) e Stein (2005).

Jung (2011c, 2012, 2013) afirma que os arquétipos constituem um relato indispensável da ideia do inconsciente coletivo, que indica a existência de determinadas formas na psique, presentes em todo o tempo e em todo o lugar. Assim sendo, o inconsciente não pode ser circunscrito a determinada época ou cultura, mas que está presente intrinsecamente na existência do ser humano, desde seu surgimento. Segundo o psiquiatra, o inconsciente coletivo se distingue do individual no fato de não ser uma aquisição pessoal. Para o teórico, além do inconsciente pessoal, possuímos um inconsciente relacionado à espécie humana:

”Minha tese é a seguinte: à diferença da natureza pessoal da psique consciente, existe um segundo sistema psíquico, de carácter coletivo, não pessoal, ao lado do nosso consciente, que por sua vez é de natureza inteiramente pessoal e que – mesmo quando lhe acrescentamos como apêndice o inconsciente pessoal – consideramos a única psique passível de experiência. O inconsciente coletivo não se desenvolve individualmente, mas é herdado. Ele consiste de formas preexistentes, arquétipos, que só secundariamente podem tornar-se conscientes, conferindo uma forma definida aos conteúdos da consciência.” (Jung, 2012, p.52, parágrafo 90)

Não é possível discorrer sobre os arquétipos sem antes abordar o conceito de inconsciente coletivo. Segundo Jung (2008a, 2008b, 2012a, 2013) existem tantos arquétipos quanto situações típicas na vida, porque eles representam exatamente as formas de reagir a estas experiências, presentes na vida de todo e qualquer ser humano. As vivências típicas presentes na raça humana, como as de morte,

separação, união, transformação, renascimento, amadurecimento, etc., possuem um substrato instintivo; em seu âmbito físico, biológico; e um caráter também imagético, em seu lado psíquico, mental.

“Quando algo ocorre na vida que corresponde a um arquétipo, este é ativado e surge uma compulsão que se impõe a modo de uma reação instintiva contra toda razão e vontade, ou produz um conflito de dimensões eventualmente patológicas, isto é, uma neurose.” (Jung, C. G., 2012, p.57, parágrafo 99)

Portanto em todo instinto está presente a existência e força de um arquétipo. Essa presença é tão forte e marcante que Jung chega a afirmar que os arquétipos são imagens inconscientes dos próprios instintos:

“[...] os instintos não são vagos e indeterminados por sua natureza, mas forças motrizes especificamente formadas, que perseguem suas metas inerentes antes de toda conscientização, independentemente do grau de consciência. Por isso eles são analogias rigorosas dos arquétipos, tão rigorosas que há boas razões para supormos que os arquétipos sejam imagens inconscientes dos próprios instintos; em outras palavras, representam o modelo básico do comportamento instintivo.” (Jung, C. G., 2012, p.53, parágrafo 91)

Assim como o inconsciente coletivo, que é tudo, menos um sistema pessoal encapsulado, sendo objetividade ampla como o mundo e aberta para o mundo (Jung, 2006, 2012a, 2013; Whitmont, 1995, Stein, 2005), é possível afirmar que os arquétipos também o são.

Para o teórico, outra forma de expressão bem conhecida se encontra nos mitos e nos contos de fada (Jung, 2012). O arquétipo

representa conteúdos inconscientes que se modificam através de sua conscientização (pelo indivíduo ou pela cultura – o consciente coletivo). (Stein, 2005; Whitmont, 1995; Edinger, 1995; Jung, 2012) Desta forma, conforme determinada coletividade ou pessoa entra em contato com a imagem arquetípica enviada pelo inconsciente coletivo, esta é modificada e trabalhada de forma a se adequar em determinado tempo, local e vivência.

MORTO-VIVO COMO MITOLOGIA CONTEMPORÂNEA

Um mito atual é o do zumbi. Este ser é uma representação simbólica e imagética de um arquétipo que o representa. Para Jung (2012), “as figuras do inconsciente sempre foram expressas através de imagens protetoras e curativas, e assim expelidas da psique para o espaço cósmico”.

É possível fazer um paralelo desta afirmação de Jung sobre as figuras positivas expelidas da psique com as figuras negativas. Demônios, monstros, seres obscuros e maléficos que sempre habitaram a psique lado a lado com as figuras de criação, desenvolvimento e luz também são expelidas pela psique através de projeções. Os zumbis, portanto, são projeções da psique coletiva. Suas características, formas de atuação e comportamento são imagens simbólicas desenvolvidas através da atuação do arquétipo na cultura contemporânea. Para Jung, os mitos (como o do zumbi), são antes de mais nada manifestações da essência da alma que foram negados até os nossos dias.

Deve-se pensar agora no motivo de sucesso deste gênero de terror. O zumbi, sendo uma imagem arquetípica, exprime conteúdos inconscientes da psique coletiva. Estes conteúdos trazem uma força energética que exerce um determinado grau de terror, espanto, encanto.

Porém, os símbolos têm passado por um crescente e grave processo de perda de energia. Eles já não são considerados à luz da consciência e possuem pouca representatividade no mundo moderno como imagens significativas e transformadoras. Jung adverte claramente a respeito deste fenômeno e explica suas possíveis consequências, em longo prazo:

“Seria insensato rejeitá-los pelo fato de, em termos racionais, parecerem absurdos ou despropositados. Constituem-se em elementos importantes da nossa estrutura mental e forças vitais na edificação da sociedade. Erradicá-los seria uma grave perda. Quando reprimidos ou descurados, a sua energia específica desaparece no inconsciente com incalculáveis consequências. Essa energia psíquica que parece ter assim se dispersado vai, de fato, servir para reviver e intensificar o que quer que predomine no inconsciente – tendências, talvez, que até então não tivessem encontrado oportunidade de se expressar ou, pelo menos, de serem autorizadas a levar uma existência desinibida no consciente. (2008a, p.118-119)

O teórico continua sua explicação, afirmando que é formada, então, uma espécie de “sombra” na consciência coletiva, que mobiliza os seres humanos a formas perigosas de comportamento, muitas vezes inconscientes. O exemplo dado por ele foram as atrocidades cometidas na segunda grande guerra, em relação ao pensamento ingênuo e positivista da primeira década do século xx (Jung, 2008a)

Sua crítica continua:

“Seres mitológicos antigos são, agora, curiosidades de museu. Mas os arquétipos que exprimiam não perderam o seu poder de

atingir as mentes humanas. Talvez os monstros dos filmes de horror modernos sejam versões distorcidas de arquétipos já não mais reprimidos.” (Jung, 2008a, p.118)

Este é um dos pontos cruciais que embasam a reflexão presente neste texto. O morto-vivo, sendo uma imagem arquetípica, possivelmente faz parte desta categoria de arquétipos não mais reprimidos. Isto explica porque alguns segmentos da grande massa coletiva são tão movimentados pelas imagens de zumbis. Algumas pessoas sonham com estas figuras, outras as desenham. A *Zombie Walk* é um fenômeno cultural que movimenta uma grande quantidade de pessoas, com o objetivo de se vestirem de mortos-vivos e caminharem pelas ruas da cidade. Edinger (1995), em seu livro *Ego e Arquétipo*, explica:

“Os símbolos penetram no ego, levando-o a identificar-se com eles e a trabalhar com eles inconscientemente; ou passam para o ambiente externo, através das projeções, levando o indivíduo a ficar fascinado e envolvido com objetos e atividades externos.” (1995, p.158)

Estas projeções e seu resultante fascínio retroalimentam a cultura de jogos, cinema, quadrinhos etc., aumentando sua produção e, em grande parte, mantendo o ser humano neste funcionamento autônomo e inconsciente, muitas vezes impedindo-o de refletir a respeito dos aspectos simbólicos desta imagem exteriorizada. É possível afirmar que poucas pessoas, na atualidade, discutem os valores presentes na figura do zumbi. Seu caráter de expressão anímica, isto é, relacionado à psique e seus conteúdos, tem gradativamente se perdido.

Capítulo 20

O MORTO-VIVO COMO SINTOMA

Da mesma forma que assustam, espantam. Atraem na mesma medida em que são profundamente repulsivos. O morto-vivo se apresenta com uma série de características das quais é possível identificar-se ou observar em sociedade. Entre estas, identificamos uma que aqui possui grande importância: seu modo de operar coletivo e massificado. Porém este funcionamento não se dá por interesse grupal ou intencionalidade, mas por acaso, numa busca incessante de uma vítima, uma presa. Caso diferentes membros, se é que podemos utilizar este termo, de uma horda sejam atraídos para locais opostos, este agrupamento se esfacela com a mesma facilidade com que se formou. Esta característica remete novamente à crise existente no relacionamento interpessoal e a fraqueza presente cada vez mais no vínculo humano contemporâneo.

Podemos observar o funcionamento massificado nos meios de produção, no qual o ser humano, transformado agora em um autômato, trabalha tal qual máquina biológica, motivada também pela recompensa monetária, muitas vezes escassa. Da mesma forma que um morto-vivo, a sociedade é capaz de desenvolver formas de massificar o ser humano, aplainá-lo e homogeneizá-lo, destituindo-o de força vital e individualidade.

Psicologicamente falando, podemos atribuir ao zumbi a capacidade de expressar simbolicamente um resultado possível e muitas vezes demonstrado pelas pessoas de tédio, apatia, cansaço físico e mental. Temos vivido um tempo de crise sob o julgo de doenças mentais “da modernidade”, como a depressão e a ansiedade.

Em contrapartida, no seriado *The Walking Dead*, dificilmente encontraremos um personagem (vivo) entediado ou afastado emocionalmente de seus pares ou da terra em que pisa. Sempre em

busca daquilo que vai além de um abrigo melhor, Rick busca um lugar para chamar de Lar. Os personagens principais, como Glenn ou Carol não se satisfazem com a mera sobrevivência e o tempo todo buscam algo a mais, algo além. Esta é uma diferença crucial entre os vivos e os não-vivos.

A impossibilidade de exercer a compreensão e a empatia para com outrem são também sintomas da “zumbificação”. A pessoa torna-se fixada em um modo de operar raso e seco, perdendo a capacidade de vincular-se humanamente de forma saudável e duradoura. Olhar o outro e não o ver como indivíduo é uma das características sempre presentes e altamente assustadoras na figura do morto-vivo. Este é capaz de devorar aquela que era a esposa; aquele que era o irmão, sem remorso, culpa ou piedade. Esta “psicopatia” está intimamente relacionada com a ligação exagerada com a “carne” e seus correlatos físicos voltados à satisfação pessoal e à perseguição cega dos desejos pessoais. Perseguir o prazer, em suas variadas formas (alimentação, dinheiro, fama e status) não é essencialmente negativo; porém quando funciona de forma unilateral, priva o ser humano da capacidade de sacrifício, e, portanto, entregar-se ao outro, senti-lo. A palavra “sacrifício”, do latim *sacrificium*, quer dizer “ofício sagrado”. Quando algo é sacrificado, este objeto ganha o caráter de númen e adquire matizes místicos ou “além” do objeto; além do humano. O objeto torna-se uma oferenda ao deus ou deuses, para agradá-los ou apaziguá-los. O sacrifício possui papel central na evolução psíquica, como forma básica e necessária para auxiliar no processo de individuação. A Psicologia Analítica aprofunda enormemente esse conceito, bem como o do simbolismo alquímico da *mortificatio* como reação necessária para o desenvolvimento pessoal (Edinger, 2006). Esta forma de sacralização é cada vez mais inexistente na contemporaneidade, principalmente

Capítulo 20

quando a lente de observação utilizada possui a finalidade de enxergar a entrega pessoal e a capacidade de abrir mão do “ego”, o Eu pessoal e consciente.

O morto-vivo é incapaz de sentir pelo outro. Possui a impossibilidade de empatia ou compreensão. Nas relações de trabalho isso é expresso através da capacidade em devorar o próximo por meio de cargas horárias exaustivas, baixa remuneração e insensibilidade à vida de funcionários ou colegas de trabalho. Toda vez que o outro é visto como um objeto, colocado na posição de máquina, este observador se encontra na posição de morto-vivo. Este é incapaz de ver a vida existente à sua frente. O outro nada mais é do que um pedaço de carne a ser devorado, presente apenas para a satisfação pessoal, da forma que ela apareça. É necessário perceber também que, tendo a própria condição transformada em “morto-vivo”, coloca-se o outro na mesma posição. Quando tenho uma existência apática, o outro também se torna morto-vivo como resultado de meus próprios atos e ações.

Se estou profundamente doente, adoço aqueles ao meu redor. Em minha condição de zumbi, maltrato meu cônjuge até este também estar morto em vida; exploro meu funcionário ou colega de trabalho até este ter sua energia por mim exaurida; abuso de meus filhos até a própria relação com eles nada mais ser do que carne (uma aparência) desprovida de sangue, pulsação e alma (afeto, empatia e compreensão).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para concluir, é possível avaliar que a forma como temos vivido e levado nossas vidas é, muitas vezes, sem vitalidade, como aponta a emergência e o impacto causado por esta imagem. Podemos pensar

em uma saída: a conscientização da degeneração e destrutividade presente no cotidiano e nas relações humanas leva à possibilidade de agir diferente, de escolher, de sentir. E este sentir não é apenas o sentimento do ego ou o que volta a pessoa para si mesma, mas também a empatia. Sentir o outro e tudo aquilo que forma e fortalece relações verdadeiras, baseadas também na afetividade. O morto-vivo não sente, não se relaciona, não reflete e olhando para ele ganhamos uma ferramenta a mais na construção de um *ethos* mais saudável.

REFERÊNCIAS

- Alpert, D. et al (2009). *The Walking Dead*. Série Televisiva. AMC e Fox International.
- Colăcel, O. (2017). Speech Acts in Post-Apocalyptic Games: The Last of Us (2014). *Messages, Sages, and Ages*, 4(1), pp. 41-50. Retrieved 3 Apr. 2018, from doi:10.1515/msas-2017-0004
- Edinger, Edward F. (2006). *Anatomia da psique*. São Paulo: Editora Cultrix.
- Folscheid, D. & Wunenburger, J.-J. (1997). *Metodologia filosófica*. São Paulo: Martins Fontes.
- Romero, G. (1968). *Night of the living dead*. DVD (96min.).
- _____(1978). *Dawn of the dead*. DVD (126 min), DTS.
- Del Olmo R., Alex; de F., Fernando; Gaercía, I. G. (2013). *El eterno retorno del no-muerto como arquetipo fílmico: Una aproximación a la figura del zombi en la cultura popular contemporánea*, Universidad Ramon Llull.
- Dog, Naughty (2013). *The last of us*. Jogo digital. PS3, PS4. Sony Computer Entertainment.
- Edinger, E. F. (1995). *Ego e arquétipo. Uma síntese fascinante dos conceitos psicológicos fundamentais de Jung*. Trad: Adail Ubirajara Sobral. 10ª ed. São Paulo: Cultrix.
- Foster, M. (2013). *World War Z*. DVD (116 min.).
- Gomes, P. (2014). *Terra dos mortos: o espaço narrativo nos filmes de zumbis*. São Carlos: UFSCar.
- Guimarães, L. G. B. V. (2014). *“All Flesh Must Be Eaten”:* Análise Simbólica do Fenômeno Zumbi. Mestrado em Psicologia Clínica. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo –PUC-SP. São Paulo.

- Halperin, V. (1932). White zombie. DVD (67 min.).
- Jung, C. G. (2006). Memórias, sonhos e reflexões. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- _____ (2008a). et al. O homem e seus símbolos. Rio de Janeiro: Nova fronteira.
- _____ (2008b). Obras completas, vol. 7/1: Psicologia do Inconsciente. Petrópolis: Vozes.
- _____ (2011a). Obras completas, vol. 5: Símbolos de transformação. Petrópolis: Vozes.
- _____ (2011b). Obras completas, vol. 10/3: Civilização em transição. Petrópolis: Vozes.
- _____ (2011c). Obras completas, vol. 7/2: O eu e o inconsciente. Petrópolis: Vozes.
- _____ (2012). Obras completas, vol. 9/1: Os arquétipos e o inconsciente coletivo. Petrópolis: Vozes.
- _____ (2013). Obras completas, vol. 9/2: Aion – estudo sobre o simbolismo do Si-mesmo. Petrópolis: Vozes.
- Lanuzza-Avello, A., Cabezero Lorenzolo, F. y García-Plaza Vegas, A. (2017). Análisis crítico de The Walking Dead desde la perspectiva de los valores humanistas. Palabra Clave, 20(2), 340-359.
- Stein, M. (2004). Jung: o mapa da alma – uma introdução. São Paulo: Cultrix.
- Techland (2015). Dying Light. Jogo digital. Computador, Playstation 4, Xbox One. Warner Bros. Interactive Entertainment.
- Tourneur, J. (1943). I walked with a zombie. DVD (69min.).
- Whitmont, E. (1998). A busca do símbolo – conceitos básicos de psicologia analítica. São Paulo: Cultrix.

Capítulo 20

O Morto-Vivo como símbolo e sintoma da degeneração do ethos contemporâneo
Tiago Pilotto Rodrigues Alves