

A PANDEMIA DA FELICIDADE DIGITAL
THE PANDEMIC OF DIGITAL HAPPINESS

Carina Lamas RONCATO¹

Daviane dos Santos CHEGOSKI²

Eduardo Brock TREVIZOLLI³

Gabriel Henrique Espiridião GARCIA BACH⁴

Gabrielle CANALLI⁵

Giovanna Baggio FLORES⁶

Milena Marques dos SANTOS⁷

RESUMO

Na última década presenciou-se o advento e popularização das redes sociais como espaço digital de convívio. Se, de um lado, as redes servem à conexão afetiva

¹Estudante do 6º período do curso de Direito da FAE Centro Universitário. Email: carina_lamas@yahoo.com.br.

²Mestra em Desenvolvimento de Tecnologia pelo Instituto Lactec. Pós-Graduada em Negócios Internacionais pela FAE Centro Universitário e Gestão Estratégica de Negócios pela UNIPAR. Bacharel em Administração ênfase em Marketing pela UNIPAN. Estudante do 4º período do curso de Direito da FAE Centro Universitário. Email: davianeche@gmail.com

³Estudante do 6º período do curso de Direito da FAE Centro Universitário. Email: eduardo.trevizolli@gmail.com.

⁴Estudante do 6º período do curso de Direito da FAE Centro Universitário. Email: gabrielhbach@gmail.com.

⁵Estudante do 8º período do curso de Direito Integral/Law Experience da FAE Centro Universitário. Email: gabrielle.canalli@gmail.com.

⁶Estudante do 2º período do curso de Direito Integral/Law Experience da FAE Centro Universitário. Email: giovanna.baggio@mail.fae.edu.

⁷Estudante do 8º período do curso de Direito da FAE Centro Universitário. Email: milena.marques020@gmail.com.

interpessoal pela comunicação instantânea, de outro, o que se constata é que, nesses ambientes virtuais, persevera um ideal de felicidade fundado sobre conteúdo artificialmente produzido pelos usuários. Esse conteúdo é marcado por apresentar a felicidade como sentimento permanente, o que faz segundo racionalidade consumerista, permanentemente gerando e frustrando promessas de satisfação. Diante disso, investiga-se, como objetivo principal esclarecer como o paradigma de felicidade introduzido pelas redes sociais faz que o usuário volte a recorrer a ele e como é possível dissociar-se desse paradigma. A metodologia utilizada foi a revisão bibliográfica, em que se recorreu à crítica sociológica de Zygmunt Bauman, bem como à exposição e análise das proposições filosóficas sobre felicidade, procurando abranger diferentes escolas de pensamento filosófico em um percurso histórico, e a artigos científicos sobre o tema. A conclusão atingida foi de que a felicidade não está diretamente associada ao consumo e à satisfação pessoal, devendo ser consideradas as relações humanas baseadas em propósito.

PALAVRAS-CHAVE: Bauman. Felicidade. Filosofia. Redes sociais.

ABSTRACT

In the last decade it has been presented the advent and popularization of social media as a digital space for conviviality. If, on the one hand, social media serves to connect people on an emotional level by means of instant communication, on the other, it has been noticed that, in these digital environments, an ideal of happiness thrives, which is grounded on content artificially produced by its users. This content is marked by presenting happiness as an everlasting feeling, which it does through a consumer rationality, constantly creating and breaking promises of satisfaction. In view of this, this paper has as its main goal, the purpose of clarifying how this happiness paradigm, introduced by social media keeps the user coming back and how it is possible to dissociate from this paradigm. The methodology used was a literature review in which

its been resorted to the sociological criticism of Zygmunt Bauman, as well as the exposition and analysis of philosophical propositions about happiness, seeking to cover different philosophical schools of thought in a historical course, and scientific papers on the theme. The conclusion reached was that happiness is not directly associated with consumption and personal satisfaction, and human relationships based on purpose must be considered.

KEY-WORDS: Bauman. Happiness. Philosophy. Social media.

INTRODUÇÃO

A palavra *felicidade* é caracterizada no dicionário como a “sensação real de satisfação plena; estado de contentamento, de satisfação”⁸ e, no aspecto orgânico, a felicidade está relacionada a um hormônio chamado *ocitocina*⁹. Entretanto, diante da busca pela felicidade e das múltiplas maneiras apresentadas para realizá-la, vale que seu real sentido vem sido debatido por sociólogos e filósofos.

A felicidade ganha nuances particulares na contemporaneidade, em razão da digitalização das interações humanas e do advento e popularização das redes sociais. A isso se soma a atipicidade do ano de 2020, decorrente da pandemia causada pela Covid-19 e da subsequente necessidade de isolamento social, voltado para a manutenção da saúde orgânica dos seres humanos, mas que acentuou a busca da felicidade digital por meio dessas redes. Nesse contexto, o consumo *online* é ferramenta de satisfação dos desejos e necessidades emocionais individuais.

⁸ FELICIDADE. In: DICIO, Dicionário Online de Português. Porto: 7 Graus, 2020. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/felicidade/>>. Acesso em: 26/10/2020.

⁹ Os hormônios da felicidade. **Unimed Cabo Frio**. 21/05/2019. Disponível em: <https://www.unimed.coop.br/web/cabofrio/noticias/os-hormonios-da-felicidade>. Acesso em: 01/11/2020.

Diante desse cenário é que o presente trabalho objetiva esclarecer de que maneira o modelo de felicidade apresentado nas redes sociais mantém o usuário refém de um padrão de comportamentos e como é possível dissociar-se desse padrão. Paralelamente, tem-se como objetivos específicos apresentar as concepções filosóficas mais significativas sobre a felicidade, descrever como a digitalidade influencia as percepções correntes sobre felicidade e analisar a legitimidade e adequação dessas percepções às concepções filosóficas elencadas.

Para tanto, adotou-se abordagem qualitativa e descritiva e, como metodologia, a revisão bibliográfica da literatura filosófica sobre o tema, localizando e confrontando perspectivas que refletem paradigmas de diferentes momentos da filosofia. Também foram analisados artigos científicos a respeito da felicidade nas redes sociais e dados contemporâneos, com que se pretende reforçar, com lastro prático, o que foi apresentado teoricamente.

O artigo se estrutura, primeiramente, com a conceituação de felicidade de acordo com os filósofos de maior expressão da Grécia Antiga, matriz epistemológica ocidental, Sócrates, Platão e Aristóteles, seguidos de pensadores modernos, a exemplo de Kant, e autores do tempo em que se situa a presente análise que se dedicaram a apreciar o tema, Sigmund Freud e Byung-Chul Han.

Em sequência, explorou-se como a felicidade se manifesta na digitalidade, apresentando a uniformização que ganhou no âmbito das redes sociais, o que foi feito com sustento nas análises de Zygmunt Bauman sobre a contemporaneidade. Diante disso, investigou-se como a pandemia causada pela Covid-19 e o isolamento social repercutiram na busca da felicidade pelas redes sociais, fomentando o anseio de reconhecimento pela comunidade digital.

Por fim, propõe-se análise sobre o aprisionamento do ser humano pela pandemia da felicidade, transformando-o tanto em consumidor como em objeto de

consumo e, concluindo, discute se há uma forma de emancipação dos indivíduos dos modelos de felicidade apresentados pela digitalidade.

1 CONCEPÇÕES SOBRE FELICIDADE NA FILOSOFIA ANTIGA, MODERNA E CONTEMPORÂNEA

A busca pelo entendimento do sentido da experiência humana perpassa o questionamento sobre o que é o estado de satisfação a que damos o nome de felicidade, como ela se expressa e como é atingida pelos sujeitos. Esta análise, que procura compreender como a felicidade nos é apresentada num contexto computacional e, portanto, em face de um distanciamento tanto espacial, entre os indivíduos em suas relações, como temporal, entre o desejo e sua satisfação. Para tanto, faz-se necessário afastamento da realidade imediata e a busca de outros referenciais que permitam o alargamento da capacidade de reflexão e exame do objeto de pesquisa.

Com esse fito, buscou-se contemplar enunciados teóricos que refletem paradigmas diversos na história da filosofia. Evidentemente, não será possível fazer escorço abarcando abrangente das principais teses sobre o tema da felicidade no conjunto da história, de sorte que o presente trabalho se limitou a elencar autores que propiciem conhecer, por alto, teses de cada período histórico-filosófico, os quais serão retomados nas reflexões sobre a contemporaneidade digital.

1.1 Sócrates, Aristóteles e Platão (Antiguidade Grega)

Na antiguidade grega emergem as ideias que fundamentam a produção do conhecimento hodierno, a destacar as de Sócrates, Platão e Aristóteles.

Pode-se entender de que a felicidade para Sócrates ocorre com o atingimento da verdade, com a conclusão advinda da *aponia*, sendo esta um ponto que não pode

ser ultrapassado, através da utilização de seu método, a *maiêutica*, que funciona por meio de questionamentos sobre determinado assunto a alguma pessoa, incitando-a a dar uma definição - por exemplo, “*o que é justiça?*”. Ao chegar perto de uma definição, é demonstrado que isso pode ser refutado, causando perplexidade ao interlocutor, e, em certo ponto, as pessoas que estão dialogando percebem que sobre o questionamento é difícil chegar em uma definição suficiente, e, assim, podem procurar se aproximar da *verdade*¹⁰.

Platão, por sua vez, via a felicidade tanto num plano político (coletivo) quanto individual. Naquele, o filósofo helênico afirma que a justiça se dá quando cada um dos indivíduos realiza o papel que lhe foi atribuído segundo sua natureza e não procura interferir nas atividades dos demais, conduzindo, assim, uma vida virtuosa. Agir em direção contrária à sua aptidão conduz a um estado de *adikia* (injustiça), que se traduz numa desarmonia tanto individual, quanto social¹¹. A estado de desequilíbrio consegue-se relacionar um conjunto de emoções negativas que levam ao sofrimento e à infelicidade.

São apontados por Platão três diferentes caracteres que permitem distinguir e categorizar os membros da polis: o concupiscente, típico dos trabalhadores manuais, guiados pelas sensações do mundo físicos e por seus desejos, que são contrários à lógica; o irascível, dos sujeitos temperamentais, que devem dirigir sua animosidade à defesa da cidade, e que são orientado pelos sábios, os quais, por serem ponderados e escutarem à razão, são destinados a governar a *polis*.

¹⁰ GHIRALDELLI JR., Paulo. **Introdução à Filosofia**. São Paulo: Editora Manole, 2003. p. 13-17.

¹¹ PLATÃO. **A República**. Tradução de Carlos Alberto Nunes. 3 ed. Belém: EDUFPA, 2000. p.222. Disponível em: <https://aedmoodle.ufpa.br/pluginfile.php/213190/mod_resource/content/1/PLATAO.%20A%20Republica-EDUFPA.pdf>. Acesso em: 22/10/2020.

A mesma estrutura social desenhada por Platão para a sociedade é atribuída ao próprio indivíduo, que contém em si as aptidões concupiscente, irascível e racional, constituindo três diferentes *almas* ou temperamentos. Nessa quadra, cabe ao indivíduo, trazendo a racionalidade como guia de sua conduta, domar seus desejos utilizando-se da força de sua parte irascível. Portanto, a felicidade para Platão é apresentada sob um ponto de vista moral, em que a moderação é chave para uma vida virtuosa e justa, portanto, feliz¹².

Seu discípulo, Aristóteles, em sua obra “Ética a Nicômaco” fornece a lição de que a felicidade está no exercício de práticas de ações virtuosas, com ênfase no equilíbrio. Assim, o filósofo defende que a felicidade (*eudaimonia*) só pode ser conquistada por meio da *justa medida*, de sorte que o indivíduo não deve praticar as condutas que tendem à falta de uma virtude, bem como daquelas que conduzem ao seu excesso¹³.

Nesse sentido, Aristóteles afirma que a felicidade representa a finalidade última das ações humanas e é um bem supremo desejado por todos os homens. O homem busca a felicidade e é essa busca que diferencia o ser humano do animal.

Entretanto, a busca da felicidade não é limitada ao pressuposto de equilíbrio, pois sua concepção pode variar de indivíduo para indivíduo¹⁴. Assim, Aristóteles elabora três modos de vida que contemplam as diferentes concepções de felicidade.

A primeira vida possível é condição semelhante à escravidão de seus apetites, vez que, guiada pelos prazeres, torna indivíduo refém daquilo que deseja. O segundo

¹² PLATÃO. **A República...**, *cit.* p. 222.

¹³ ARISTÓTELES. **Ética a Nicômaco**. Trad. Leonel Vallandro e Gerd Bornheim da versão inglesa de W.D. Ross. São Paulo: Nova Cultural, 4ª ed., 1991. p. 37-39. Disponível em: <<https://abdet.com.br/site/wp-content/uploads/2014/12/%C3%89tica-a-Nic%C3%B4maco.pdf>>. Acesso em: 01/10/2020.

¹⁴ ARISTÓTELES. **Ética a Nicômaco...** *cit.* p.227-228.

modo de vida é o político, o qual busca a honra pelo reconhecimento e validação dos outros, de sorte que a felicidade depende da apreciação das demais pessoas. Por fim, a terceira vida possível é a contemplativa, sendo a única puramente racional. Nesta, o indivíduo age buscando o bem, tendo-o como fim último para a ação humana, e, portanto, Aristóteles reputa essa conduta como sendo aquela que mais se aproxima da verdadeira finalidade do ser humano, pois esta possui, de fato, a *essência* da felicidade.

1.2 Immanuel Kant (1724–1804)

Kant em sua obra “*Fundamentação da metafísica dos costumes*”, almeja estabelecer o princípio supremo da moralidade e esclarece que, para esse fim, o ideal de felicidade não apresenta condições de fundamentar as leis da moralidade¹⁵. Para ele, a felicidade não é um bem incondicionado, mas condicionado, ou seja, um bem relativo. A felicidade é, portanto, insuficiente para a fundamentação de um fim moral, pois é determinada por um elemento empírico¹⁶.

O problema da felicidade como princípio moral é sua determinação por um elemento empírico, e por isso é formalmente indeterminada e indeterminável, pois o ser humano não tem as condições necessárias para delimitar precisamente o conjunto de condições necessárias para a sua perfeita felicidade. A felicidade pode apenas ser condição material da determinação da ação do sujeito, na medida em que é móbil

¹⁵ KANT, Immanuel. **A fundamentação da metafísica dos costumes**. Trad. de Paulo Quintela. Lisboa: Edições 70, 1997. Disponível em: <<http://estudopsicologia.weebly.com/uploads/2/3/4/5/23456350/kante-fundamentacaodametafisicadoscostumes-trad-pauloquintela-edicoes70-120p.pdf>>. Acesso em: 31/10/2020.

¹⁶ ZANELLA, Diego Carlos. O conceito da felicidade na fundamentação da moral em Kant. **Intuitio**, Porto Alegre, v. 2, n. 2, 13 out. 2009. p. 96-102. Disponível em: <https://www.academia.edu/779258/O_conceito_de_felicidade_na_fundamenta%C3%A7%C3%A3o_da_moral_em_Kant>. Acesso em: 31/10/2020.

(empírico) para a ação. Assim, a felicidade não pode ser a causa da moralidade para Kant, mas uma das suas consequências¹⁷.

Não obstante isso, critica-se o ideal de felicidade quando esse somente quer satisfazer as inclinações e necessidades sensíveis, fazendo uso do outro, isto é, de um ser humano, apenas como meio, sem, ao mesmo tempo, considerá-lo como fim em si mesmo. Destarte, a busca da felicidade aprovada por Kant seria aquela fundamentada na *boa vontade*, em outras palavras, as ações realizadas deverão estar condicionadas à *boa vontade* para que o agente racional seja digno da felicidade¹⁸.

1.3 Sigmund Freud (1856–1939)

Em “O mal-estar na civilização”, Freud sustenta que o ser humano busca a felicidade de duas formas: pela ausência de dor e sofrimento e pela vivência do prazer, estando a última mais relacionada ao conceito de felicidade¹⁹.

A felicidade, para o referido autor, “vem da satisfação repentina de necessidades altamente represadas, e por sua natureza é possível apenas como fenômeno episódico”²⁰, ou seja, para alcançar a felicidade é necessário satisfazer os desejos primitivos, provenientes dos instintos, mas que são reprimidos ao longo da

¹⁷ KANT, Immanuel. **A fundamentação...** *cit.* p. 67.

¹⁸ SCHERER, Berta Rieg. A felicidade e a moralidade em Kant. **Conjectura: Filos. Educ.**, Caxias do Sul, v. 22, n. especial, 2017. p. 23-35. Disponível em <<http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/conjectura/article/view/4782>>. Acesso em: 01/11/2020.

¹⁹ FREUD, Sigmund. **O mal-estar na civilização**. In: Novas conferências introdutórias e outros textos. São Paulo: Companhia das Letras, v. 18, 2010, p.21 (Original publicado em 1930). Disponível em: <<https://joacamilloopenna.files.wordpress.com/2013/10/freud-obras-completas-vol-18-1930-1936.pdf>>. Acesso em: 21/10/2020.

²⁰ FREUD, Sigmund. **O mal-estar...** *cit.* p.21.

vida para a manutenção da adequação social. Dessa forma, não é possível sustentar a felicidade por tempo integral, sendo alcançada apenas durante momentos episódicos de deleite, por meio da realização de tais desejos.

Já em relação ao sofrimento, Freud cita suas três causas: o corpo, o mundo externo e as relações humanas. O corpo gera sofrimento pelo fato de estar em constante declínio. O mundo externo, por sua vez, exerce força e poder sobre os seres humanos, tirando-lhes a autonomia e causando dor e destruição. Porém, a principal fonte de sofrimento, segundo o psicanalista, são as relações entre as pessoas. Para viver em sociedade, os indivíduos devem reprimir seus instintos e submeter-se a regras culturais. A limitação da liberdade o impede de realizar desejos primitivos e isso se reverte em consternação, ou mal-estar, nos indivíduos.

Assim, a felicidade, sob a ótica de Freud, está relacionada ao esforço constante de evitar o sofrimento e, principalmente, à busca pela satisfação individual.

1.4 Byung-Chul Han (1959–)

O meio digital e as tecnologias estão constantemente influenciando comportamentos dos indivíduos, os quais se tornaram reféns de uma sociedade estereotipada pelos padrões da internet. Nesse contexto, é necessário enfatizar a importância do respeito com o próximo e das relações humanas, aponta o filósofo teuto-coreano Byung-Chul Han em sua obra *"No Enxame - Reflexões Sobre o Digital"*²¹.

O enxame, a que o autor se refere, seria um coletivo de pessoas de tem caráter segregador, visto que lhe carece identidade, por ser composto de indivíduos isolados com identidade privada. Com isso, o enxame digital se diferencia das massas clássicas: os indivíduos digitais formam uniões voláteis e fugazes em virtude da uma

²¹ HAN, Byung-Chul. **No Enxame - Reflexões Sobre o Digital**. Trad. Miguel Serras Pereira. Portugal: Relógio D'Água Editores, out. 2016, p.14.

deficiência de intimidade em suas relações, as quais se formam rapidamente e, na mesma velocidade, desfazem-se. O exame digital, portanto, necessita de algo que una esses indivíduos, que seja capaz de operar como um fator comum²².

Consequência dessa formatação é a ausência de respeito, de um olhar distanciado sobre os outros, culminando em uma *sociedade do escândalo*, ou seja, pautada na autoexposição da(o) usuária(o) da rede. Nessa quadra, o filósofo afirma que o respeito é um conjunto de valores pessoais e morais, e atualmente o menosprezo desses valores acaba com a credibilidade da cultura do respeito, os atuais meios de comunicação carecem de valores interiores.

Diante dessa concepção, apresentam-se duas formas de agir na veiculação de uma informação; (i) com respeito, assumindo o papel de um observador distante (*respectare*); (ii) sem respeito, com um olhar desprovido de distância (*spectare*), que teria predomínio do ambiente digital. Segundo ele, a comunicação digital desfaz as distâncias, o que ocorre a par da erosão das distâncias mentais. A *mediatização* digital lesa o respeito. Nesse âmbito, em que a indiscrição e a falta de respeito são recorrentes, o autor ressalta a exposição da vida privada e da intimidade como consequências da comunicação digital sem o distanciamento que julga adequado.

Por outro lado, não se tecem somente críticas negativas à *internet*. Han reconhece que esse meio pode servir às manifestações afetivas, de “recebimento” e “envio” imediato. Isso permite inferir que a felicidade relaciona-se às reflexões trazidas pelo filósofo teuto-coreano sobre as redes sociais, na medida em que a exposição à qual os indivíduos estão sujeitos exerce um peso sobre os seus sentimentos e emoções. Nessa perspectiva, a felicidade humana está condicionada aos efeitos dos meios digitais.

²² HAN, Byung-Chul. **No Exame...** *cit* p.14.

2 A PROCURA DA FELICIDADE NA CONTEMPORANEIDADE - O MUNDO DIGITAL E A PANDEMIA

No mundo pós-moderno, a felicidade toma, em certo aspecto, uma natureza egocêntrica, potencializada pelo intrincamento do mundo físico com o mundo virtual. Neste contexto, a felicidade deixou poder ser experimentada individualmente e passou a ser um sentimento que necessariamente precisa ser compartilhado com os outros. É assim que se apresenta a chamada “felicidade digital”.

Como preleciona Zygmunt Bauman - sociólogo polonês, professor emérito das Universidades de Leeds e Varsóvia, um dos maiores críticos da sociedade contemporânea, sendo, portanto, pivotal para a análise de como a felicidade é concebida em nossos tempos - a felicidade digital tem como característica ser pré-fabricada em um ambiente virtual, tendo apenas aparência de realidade. Para tornar a situação ainda mais crítica, o mundo das redes sociais intensifica a fluidez das relações e provoca o aumento do consumo²³. Nasce nos usuários um sentimento de que somente serão incluídos na sociedade pela quantidade de *likes* recebidos nas mídias sociais ou através da compra de um determinado produto.

Diante dessa ideia, o sociólogo afirma que, no nosso sistema de consumo, são vendidas diversas promessas de que a obtenção de algo nos fará nos sentirmos melhor. Essas promessas, todavia, nos mantém continuamente insatisfeitos, visto que são continuamente quebradas com o advento de um novo produto, instigando o comprador novamente ao consumo, situação essa que é repetida constantemente e que se constitui num círculo vicioso. Assim, a felicidade digital é estimulada pelo e consumo em demasia; como cita Bauman²⁴ “possuímos, logo somos”. Dessa forma,

²³ BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2011. p.7-9

²⁴ BAUMAN, Zygmunt; LYON, David. **Vigilância Líquida**. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 2014. p.88.

apresenta como reflexo desse sistema a busca contínua de satisfação, em que o *ter* ganha maior importância do que o *ser*; revela-se uma felicidade que só pode ser atingida por meio da projeção digital.

Nesse contexto, Byung-Chul Han²⁵, faz uso da alcunha *homo digitalis* para designar aquele indivíduo que faz parte do *enxame*: não compõe uma comunidade, pois não há um objetivo ou uma ideologia em comum que o aproxime dela. Isso decorre de sua alienação e superficialidade, direcionando seu interesse para si próprio, o que resulta em uma autoexploração e exposição tanto para o deleite dos outros indivíduos como para satisfação pessoal. Para o autor, o ser humano torna-se sujeito e vítima da própria exploração, porém, acredita que possui liberdade de escolha.

Por sua vez, quanto à exposição nas redes sociais, Bauman assinala que “os usuários ficam felizes por revelarem detalhes íntimos de suas vidas pessoais”²⁶. Portanto, a busca pela obtenção do prazer em redes sociais enseja a apresentação de uma imagem bela, que satisfaça um juízo de gosto universal, gerando satisfação tanto para quem deseja quanto para quem é desejado, ou seja, consumidor e mercadoria, conforme discutido pelo filósofo Bauman²⁷. Isso gera um ciclo de dependência do indivíduo e obsessão pela manutenção da felicidade digital, aprisionando-o na cadeia de produção do prazer.

Uma forma de obter reconhecimento e manter-se no cerne dos interesses dos integrantes das mídias sociais é por meio de uma apresentação física atrativa. A beleza, objeto de desejo e prazer, antes limitada a determinados indivíduos, pode ser aperfeiçoada pela edição de imagens realizada por meios eletrônicos, estando,

²⁵ HAN, Byung-Chul. **No Enxame...** cit p.14.

²⁶ BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, p.8, 2008.

²⁷ BAUMAN, Zygmunt. **Vida para...** cit p.9.

portanto, ao alcance de todos. Em que pese as redes sociais muitas vezes apresentarem um mundo irreal, em que todas as pessoas são felizes a todo tempo, estipulam um estado de felicidade como se fosse uma obrigação formal, por meio do compartilhamento de uma vida em todos os aspectos positiva.

Diante deste cenário de um mundo virtual, grande preocupação deve-se ao fato de que a felicidade permanente seja estipulada como premissa nas redes sociais, constituindo-se uma espécie de tirania da felicidade. Essa felicidade digital, marcada por exacerbação da positividade e pelo consumismo, acaba por estimular comparações rigorosas entre seguidores e ocasionar o efeito reverso, ou seja, tem como resultado pessoas insatisfeitas face às constantes comparações com um mundo em que na realidade é repleto de fantasia, se comparado ao mundo não virtual.

Tanto é assim, que as promessas muitas vezes compartilhadas em redes sociais podem tornar seus espectadores em pessoas ansiosas e depressivas. De acordo com o estudo realizado pela *Royal Society for Public Health*²⁸ acerca do uso de mídias sociais, o mesmo apresentou como resultado um aumento de 70% nos últimos 25 anos nas taxas de ansiedade e depressão, considerando a população de jovens entre 14 a 24 anos. Assim, se levarmos em consideração o período de pandemia, estes índices podem vir a apresentar em um aumento significativo por conta das medidas de isolamento social.

Devido à pandemia causada pelo Coronavírus, foram determinadas medidas que limitaram a possibilidade de circulação e vivência comunitária para a população, o que culminou com o aumento do uso de dispositivos eletrônicos com acesso à

²⁸ Royal Society for Public Health. Social media and young people's mental health and wellbeing. Disponível em:

<<https://www.rsph.org.uk/static/uploaded/d125b27c-0b62-41c5-a2c0155a8887cd01.pdf>>. Acesso em: 01/11/2020.

internet para fins de trabalho, estudo dentro dos lares e também como substituição às demais interações sociais que costumavam ocorrer presencialmente, incluindo o lazer e a busca pela satisfação pessoal, ainda mais circunscritos às redes sociais. Segundo levantamento da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel)²⁹, o uso da internet no Brasil aumentou entre 40% e 50%, o que se relaciona com o fato de que 56% dos brasileiros afirmaram uma melhor adaptação à tecnologia após o surgimento da pandemia³⁰. Além disso, dentre as atividades realizadas na internet, cerca de 40% relacionam-se ao acesso às redes sociais.

Dessa forma, a pandemia legitimou a vivência por meio das redes sociais, que já se apresentava em crescimento mesmo antes do surgimento do covid-19, mas que justificou seu impulsionamento pelas questões de saúde pública no período de isolamento social. Portanto, a obtenção do prazer, no contexto atual, está vinculada à exposição em redes sociais a fim de obter reconhecimento pela comunidade virtual, por meio do número de visualizações e comentários de postagens, além das “curtidas”, que mensuram o grau de aprovação e o juízo de gosto da sociedade em relação ao indivíduo.

Diante desse cenário pandêmico, a reflexão sobre o uso das redes sociais e da real necessidade do ser humano acerca da felicidade baseia-se no fato utilizarmos da tecnologia como um meio e não como uma condição para buscar a felicidade.

3 O CÁRCERE E O *HABEAS CORPUS* DA FELICIDADE DIGITAL

²⁹ANATEL, Agência Nacional de Telecomunicações. Painéis de dados da Anatel - Consumidor. Disponível em: <<https://www.anatel.gov.br/paineis/consumidor/>>. Acesso em 25/10/2020.

³⁰IBOPE, Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística. Data Stories: A tecnologia e o indivíduo on demand. Kantar Ibope Media, São Paulo, ago/2020. Disponível em: <<https://my.visme.co/view/vdjpqo3w-data-stories-ed-1-tecnologia>>. Acesso em: 22/10/2020.

Passa-se agora à exposição da legitimidade ou não da felicidade digital, compreendida esta como o modelo de felicidade decorrente da interação nas redes sociais. Questiona-se: o modelo de felicidade digital e de seus padrões de comportamento permitem visualizar alguma noção de felicidade segundo conceituaram-na previamente os filósofos?

3.1 A legitimidade da felicidade digital

Dentre os conceitos apresentados, os mais remotos são os dos filósofos gregos, o que não significa que não encontrem aplicabilidade para a apreciação da digitalidade.

Para Sócrates³¹, a felicidade é obtida a partir do conhecimento da verdade e, sendo felicidade digital se fundada em falsas promessas, não é legítima segundo seu conceito filosófico. Nas fotos das redes, o corpo abandona o declínio e é camuflado pelo belo. O mundo externo e a *relação* entre as pessoas causam impactos negativos menores, visto o usuário está protegido atrás da tela, com autonomia para aparecer e ser quem quiser, mesmo não condizendo com a realidade. O “sentir-se atrativo” pode ser considerado como necessidade altamente represada, e sua satisfação repentina acontece pela cumulação de *curtidas*.

Na filosofia platônica se conjuga a felicidade num plano político e noutra, individual. Quanto a este último, Platão afirma que sua conquista demanda do indivíduo domar sua alma concupiscente e manter o controle sobre sua animosidade (alma irascível), subordinando-a à racionalidade (alma racional)³². As redes sociais operam sob a lógica de consumo, demandando a repetição de comportamentos sem que a produção do estado de felicidade ocorra de forma plena. Desse modo, o indivíduo se ocupa constantemente de dar razão aos seus ímpetos, mergulhado numa

³¹ GHIRALDELLI JR., Paulo. **Introdução...** *cit.* p. 15.

³² PLATÃO. **A república...** *cit.* p. 222.

realidade aparente. Por sua natureza artificial, ela se distancia do mundo das ideias, o qual contém a verdade, cuja descoberta constitui o propósito do ser humano e, portanto, incapaz de garantir a felicidade.

Outrossim, no conjunto da sociedade, a utilização desse meio de interação digital faz com que os membros da comunidade se alheiem de suas funções ideais, interferindo no funcionamento do tecido social. A concepção platônica pode ser estendida além das três classes aventadas pelo filósofo, considerando que o sofrimento resultante das psicopatologias - que podem ter como causa o uso inadvertido das redes sociais e a confiança nas promessas do regime de felicidade, como demonstrado alhures - impacta não só o trabalho e a circulação econômica, mas todas as esferas da vida do indivíduo. Assim pode-se afirmar que tanto os pressupostos de felicidade coletiva como individual não são cumpridos por meio da interação nas redes sociais pelo modo que ocorre hoje.

A fórmula de Aristóteles, em sentido similar à de Platão, também adverte que o atendimento inadvertido aos impulsos pode ser pernicioso à conquista do estado de felicidade, mas estrutura-se sob a categoria da *virtude*³³. A título do exemplo do usuário que adultera a própria imagem para aparentar a beleza, pratica comportamento que tende à falta da virtude da *veracidade* e, portanto, distancia-se do conceito filosófico de Aristóteles, que crê que somente o homem que age buscando moderação é apto a alcançar a felicidade.

Por outro lado, as condutas reproduzidas nas redes, de (auto)exposição se amoldam à felicidade política apresentada pelo filósofo, que se funda no reconhecimento dos outros. Ainda assim, como na Antiguidade, não há como se garantir que esse reconhecimento é fundado no verdadeiro respeito e apreço, de sorte

³³ARISTÓTELES. **Ética a Nicômaco**. Trad. Pietro Nassetti. São Paulo: Editora Martin Claret, 2003. p. 47.

que Aristóteles a considera uma forma intermediária, não superando a felicidade racional, que entende ser a felicidade em essência.

Na definição kantiana, a felicidade é o móbil empírico das ações humanas, ou seja, é a sensação de bem-estar e plenitude que move os indivíduos à realização de determinadas condutas³⁴. Assim, a felicidade encontra completamente dissociada de um agir moral, a despeito de Kant reconhecer que esse seja um caminho possível - mas não o único - para a felicidade.

Tendo isso em vista, ao tomar a perspectiva do filósofo iluminista, pode-se afirmar que as atitudes que propiciam a felicidade digital, caso, de fato, resultem num estado de consciência agradável, estão sendo um meio adequado à realização do propósito do ser humano. Isso mesmo que não se coadune com o imperativo categórico de Kant, sua máxima moral.

No tocante ao funcionamento das redes sociais como vitrines, segundo aduz Kant³⁵, o julgamento da beleza está associado ao sentimento de prazer. Desse modo, a tecnologia permite que se alcance o belo, gerando uma sensação de prazer condicionada ao desejo, tanto para o sujeito quanto para o objeto.

Entretanto, como já ressaltado, é questionável a instituição de um padrão único ou limitado para realização da felicidade de forma massiva pela sociedade, haja vista que cada indivíduo possui necessidades particulares a serem atendidas para atingir a felicidade, como o próprio filósofo reconhece.

Por sua vez, o postulado de Kant se afina com o de Freud na medida em que ambos reconhecem que a felicidade provém da realização dos desejos humanos. Para o último, em específico, trata-se de dar vazão às pulsões. A felicidade, que,

³⁴KANT, Immanuel. **A fundamentação...** *cit.* p. 67.

³⁵KANT, Immanuel. **Crítica da Faculdade de Julgar.** Trad. Fernando Costa Mattos. Petrópolis: Vozes, 2016, p.10.

segundo Freud³⁶, está relacionada à obtenção do prazer e ao contorno da dor e do sofrimento, pode agora estar condicionada ao mundo digital, o qual apresenta formas de manter e, mais ainda, ampliar a satisfação pelo controle de suas variáveis, de modo a pretender excluir o sofrimento de maneira perpétua.

Todavia, a interação com as redes sociais ataca apenas uma das três causas de infelicidade elencadas pelo psicanalista. Ora, a apresentação de um corpo belo não impede seu desgaste, veiculando-se apenas a momentos de contentamento, e não contorna a fatalidade dos reveses e aborrecimentos advenientes do mundo externo, restando às atividades nas redes sociais apenas a tarefa de diminuir o sofrimento proveniente das relações humanas.

Nesse sentido, essas atividades cumpririam o papel de uma das medidas paliativas ao sofrimento, que são as satisfações substitutivas³⁷, não preenchendo a demanda emocional original, mas mitigando-a. Por outro lado, como já assinalado, as redes sociais podem ter efeito contraintuitivo sobre a(o) usuária(o), revelando-o fontes inalcançáveis de felicidade, que veiculam apenas vivências prazerosas e positivas como se compusessem a totalidade da experiência do indivíduo .

Diante do exposto, conclui-se que a felicidade digital, aquela prometida pela interação nas redes sociais, poderia ser observada por alguns dos filósofos apresentados e designada como tal. Inobstante, mesmo da parte daqueles que reconhecem a interação nas redes, da forma que foi exposta, poder ser fonte de felicidade, tem-se que por sua artificialidade, seu caráter repetitivo e pelas promessas frustradas, e não é possível admiti-la senão como um simulacro de outras formas mais completas de felicidade, servindo, portanto, como paliativo ao sofrimento, sem atacar

³⁶ FREUD, Sigmund. **O mal-estar...** cit p.21 na civilização.

³⁷ ENGLER, Marco Reus. Freud e a semiconsciência feliz: o mal-estar na civilização e a pós-modernidade. **Intuitio**, Porto Alegre, v. 6, n. 2, p. 19-38. 2013. Disponível em: <<https://revistaseletronicas.pucrs.br/index.php/intuitio/article/view/13560>>. Acesso em: 30/10/2020.

suas causas. Entretanto, com sua pretensão de ser satisfatória, torna o usuário cativo de suas promessas.

3.2 A captura pela felicidade digital

A moral sempre foi aquilo que definiu o homem. Platão³⁸, em seus primeiros estudos, deduziu, a partir de três diálogos, os três conceitos capazes de dar significado à moral³⁹, sendo eles: (a) santidade; (b) bem; e (c) justiça. O primeiro está ligado aos deuses e muitas vezes toma o significado de piedade. Por sua vez, o segundo conecta-se ao dever de agir corretamente. Quanto à justiça, essa - cujo significado mais sofreu alterações na história - relaciona-se a uma cadeia de causa e consequência.

Conhecendo essas três características que compõem a moral e constituem o humano, mostra-se essencial transpor tais conceitos aos dias atuais, isto é, reconceituá-los para o presente de uma sociedade tecnológica que anseia atenção. Dessa forma, a santidade deu lugar à *internet*, o bem deu lugar a estar sempre conectado e interagindo, por fim, a justiça deu lugar ao *like* ou *dislike*, podendo evoluir ao “cancelamento” do usuário.

Nesse sentido, é essencial destacar o prisma de análise social desenvolvido por Stuart Mill e Jeremy Bentham, o utilitarismo. Bentham⁴⁰ dedicou sua vida a estudar o fenômeno da maximização da felicidade como mais elevado objetivo da moral. É certo que o autor foi um estudioso de legislações e sua tese foi desenvolvida para ser

³⁸ FRAILE, Guillermo. **Historia de la Filosofia I: Grécia y Roma**. Madrid: Biblioteca de Autores Cristianos, 5ª ed., 1982, p. 324-325.

³⁹ PLATÃO. **Éutifron, Apologia de Sócrates, Críton**. Tradução, introdução e notas de José trindade Santos. Brasil Imprensa Nacional - Casa da Moeda, 4ª ed., 1993, p. 24-56.

⁴⁰ BENTHAM, Jeremy. **Uma Introdução aos Princípios da Moral e da Legislação**. Trad. Luiz João Baraúna. São Paulo: Abril Cultural, 3ª ed., 1984, p. 13-15.

aplicada ao campo legislativo, por óbvio, no entanto sua teoria foi além, atingindo a moral dos indivíduos, esses que naturalmente buscam o prazer e se afastando da dor.

Michael Sandel relata que para os autores é justificável realizar certos sacrifícios, a depender do caso, a fim de atingir uma felicidade plena⁴¹. Assim, ao conectar a filosofia do utilitarismo 'atual' com o narcisismo⁴² e com a moral tecnológica - para revisitar concepção platônica - nota-se que os indivíduos estabeleceram padrões de consumo, em que o objeto, porventura, pode ser elas mesmas e essas se aprisionam em uma felicidade irreal, justificada pelos bens. A crença de que a felicidade se realiza externamente ao indivíduo, ou seja, por meio da propriedade e apresentação de haveres materiais, a qual lhe rende, entretanto, permanente insatisfação.

Nesse sentido, Adorno escreve em seu livro "Indústria Cultural e a Sociedade" sobre a reprodução dos padrões culturais de forma auto-alienante, pois não permite a autonomia consciente dos indivíduos⁴³. Esse processo se evidencia nas redes sociais, que aprisionam o indivíduo a adotar um determinado comportamento, atuando como um agente feliz todo o tempo.

Partindo dessa análise, é evidenciada uma cadeia auto-alienante em que os requisitos são a felicidade e o consumo. Essa cadeia é sustentada pela obsessão dos indivíduos em maximizar a felicidade por meio do consumo, e conseqüentemente,

⁴¹ SANDEL, Michael Joseph. **Justiça: O que fazer é a coisa certa**. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 24ª ed., 2017. p. 54- 55.

⁴² Refere-se ao mito de Narciso, em que o herói que ao olhar para seu reflexo se apaixona, de tal modo que essa paixão o leva à morte, por se afogar no rio em que se admirava. Esse é o cenário que descreve as realidades atuais do mundo, em que indivíduos se apaixonaram em compartilhar sua felicidade aparente.

⁴³ ADORNO, Theodor Ludwig Wiesengrund. **Indústria Cultural e Sociedade**. Trad. Juba Elisabeth Levy, et. al. São Paulo: Paz e Terra, 5ª ed., 2002. p. 5-7.

tornam-se objetos de desejo de outros indivíduos, permanecendo em um espiral infinito, pela qual a felicidade no ambiente digital torna-se um cárcere.

CONCLUSÃO

As redes sociais possibilitam ao ser humano a realização de desejos primitivos, como o consumo da imagem e da beleza para a satisfação pessoal. Da mesma forma, ser objeto de consumo *online* também gera a sensação de prazer para os indivíduos, na medida em que convalida a aprovação do sujeito pela comunidade digital.

A oportunidade de ser consumidor e mercadoria irrompe em uma falsa impressão de liberdade, na qual o indivíduo acredita ter a faculdade de interagir nas redes sociais até os limites impostos pelo seu próprio ego, sem perceber o aprisionamento psicológico ao qual está inserido, decorrente da busca obsessiva pelo prazer. A felicidade exposta nas mídias digitais é atribuída ao gozo, provindo da satisfação dos instintos, o que resulta em um ciclo de dependência emocional. Dessa forma, o conceito de felicidade, amplamente discutido e analisado pela filosofia, é restringido a um juízo superficial de beleza, satisfação e aprovação social.

Na concepção dos filósofos da antiguidade, assim como na filosofia kantiana, a felicidade é uma consequência das ações dos indivíduos, voltadas para um fim moral, de contribuição com os outros seres humanos, resultando assim na própria felicidade do agente. Em uma análise mais contemporânea, Bauman e Han criticam essa forma de buscar a felicidade por meio do consumo e da autoexploração, renunciando à individualidade para tornar-se parte de uma comunidade que o aprove e o reconheça como tal. Apesar de Freud atribuir à felicidade a satisfação pessoal e a ausência de dor, o autor elenca como cerne principal da temática as relações sociais, que podem ser tanto a fonte do sofrimento humano, mas também de satisfação.

Posto isso, conclui-se que a felicidade digital é incapaz de atender às necessidades de satisfação do ser humano contemporâneo, em razão de instituir um modelo de perpétuo e uniforme contentamento, que desconsidera a individualidade do sujeito e a complexidade da experiência humana. Assim, a busca pelo prazer é inata ao ser humano e é um propósito legítimo, mas, para realizá-lo, devem ser consideradas alternativas, digitais e não digitais, ao modo de convívio estabelecido nas redes sociais, visando permitir aos usuários satisfação sob bases mais concretas e humanas.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W. **Indústria Cultural e Sociedade**. Trad. Juba Elisabeth Levy, et. al. São Paulo: Paz e Terra, 5ª ed., 2002.

ANATEL. Agência Nacional de Telecomunicações. **Painéis de dados da Anatel - Consumidor**. Disponível em: <<https://www.anatel.gov.br/paineis/consumidor/>>. Acesso em 25/10/2020.

ARISTÓTELES. **Ética a Nicômaco**. Trad. Leonel Vallandro e Gerd Bornheim da versão inglesa de W.D. Ross. São Paulo: Nova Cultural, 4ª ed., 1991. Disponível em: <<https://abdet.com.br/site/wp-content/uploads/2014/12/%C3%89tica-a-Nic%C3%B4maco.pdf>>. Acesso em: 01/11/2020.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2011.

BAUMAN, Zygmunt; LYON, David. **Vigilância Líquida**. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 2014.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

BENTHAM, Jeremy. **Uma Introdução aos Princípios da Moral e da Legislação**. Trad. Luiz João Baraúna. São Paulo: Abril Cultural, 3ª ed., 1984.

BUENO, Felipe. A Felicidade como Imperativo Digital. Blog Felipe Bueno, 2017. Disponível em: <<https://medium.com/@felipejbueno/a-felicidade-como-imperativo-da-era-digital-7b61d7ba7b1c>>. Acesso em: 25/10/2020.

CHAUI, Marilena; et. al. **Primeira Filosofia: Lições Introdutórias**. São Paulo: Editora Brasiliense s.a, 1984.

FELICIDADE. In: DICIO, **Dicionário Online de Português**. Porto: 7Graus, 2020. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/felicidade/>>. Acesso em: 26/10/2020.

FRAILE, Guillermo. **Historia de la Filosofia I: Grécia y Roma**. Madrid: Biblioteca de Autores Cristianos, 5ª ed., 1982.

FREUD, Sigmund. **O mal-estar na civilização**. In: Novas conferências introdutórias e outros textos. São Paulo: Companhia das Letras, v. 18, 2010 (Original publicado em 1930). Disponível em: <<https://joacamilopenna.files.wordpress.com/2013/10/freud-obras-completas-vol-18-1930-1936.pdf>>. Acesso em: 21/10/2020.

ENGLER, Marco Reus. Freud e a semiconsciência feliz: o mal-estar na civilização e a pós-modernidade. **Intuitio**, Porto Alegre, v. 6, n. 2, 2013, p. 19-38. Disponível em: <<https://revistaseletronicas.pucrs.br/index.php/intuitio/article/view/13560>>. Acesso em: 30/10/2020.

GHIRALDELLI JR., Paulo. **Introdução à Filosofia**. São Paulo: Editora Manole, 2003.

HAN, Byung-Chul. **No Enxame - Reflexões Sobre o Digital**. Trad de Miguel Serras Pereira. Portugal: Relógio D'Água Editores, out. 2016.

IBOPE, Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística. **Data Stories: A tecnologia e o indivíduo on demand**. Kantar Ibope Media, São Paulo, ago/2020. Disponível em: <<https://my.visme.co/view/vdjpqo3w-data-stories-ed-1-tecnologia>>. Acesso em: 22/10/2020.

KANT, Immanuel. **Crítica da Faculdade de Julgar**. Trad. Fernando Costa Mattos. Petrópolis: Vozes, 2016.

KANT, Immanuel. **A fundamentação da metafísica dos costumes**. Trad. de Paulo Quintela. Lisboa: Edições 70, 1997. Disponível em: <<http://estudopsicologia.weebly.com/uploads/2/3/4/5/23456350/kante->

fundamentacaodametafisicadoscostumes-trad-pauloquintela-edicoes70-120p.pdf>.
Acesso em: 31/10/2020.

NASCIMENTO, Kelvis L.; SILVA, Allyson D. M. **A sociedade Líquida e o Conceito de Felicidade em a “Arte da Vida”** de Zygmunt Bauman. Cadernos de Zygmunt Bauman – UFMA. Disponível em:<
<http://www.periodicoeletronicos.ufma.br/index.php/bauman/article/view/10945/6544>
>. Acesso em: 24/10/2020.

PALLARES-BURKE, Maria Lúcia Garcia. Entrevista com Zygmunt Bauman. **Tempo soc.**, São Paulo, v. 16, n. 1, p. 301-325, jun. 2004. Disponível em:
<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-20702004000100015&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 28/10/2020.

PLATÃO. **A República**. Tradução de Carlos Alberto Nunes. 3 ed. Belém: EDUFPA, 2000. p.222. Disponível em:
https://aedmoodle.ufpa.br/pluginfile.php/213190/mod_resource/content/1/PLATAO.%20A%20Republica-EDUFPA.pdf. Acesso em: 22/10/2020.

PLATÃO. **Êtífron, Apologia de Sócrates, Críton**. Tradução, introdução e notas de José trindade Santos. Brasil Imprensa Nacional - Casa da Moeda, 4ª ed., 1993.

RIBEIRO, Maria A. **A Tirania da Felicidade**. Portal Mato Grosso, 2018. Disponível em:<<https://portalmatogrosso.com.br/a-tirania-da-felicidade-digital/>>. Acesso em 27/10/2020.

ROYAL SOCIETY FOR PUBLIC HEALTH. **Social media and young people's mental health and wellbeing**. Disponível em:
<<https://www.rsph.org.uk/static/uploaded/d125b27c-0b62-41c5-a2c0155a8887cd01.pdf> >. Acesso em: 30/10/2020.

SANDEL. Michael J. **Justiça- O que fazer é a coisa certa**. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 24ª ed., 2017.

SANTOS, Wigvan Junior Pereira dos. **Aristóteles: felicidade como fim das ações humanas**. Mundo Educação. Disponível em:
<<https://mundoeducacao.uol.com.br/filosofia/aristoteles-felicidade-como-fim-das-acoes-humanas.htm>>. Acesso em 01 de novembro de 2020.

SCHERER, Berta Rieg. A felicidade e a moralidade em Kant. **Conjectura: Filos. Educ.**, Caxias do Sul, v. 22, n. especial, p. 23-35, 2017. Disponível em

REVISTA DIREITO --- FAE

<<http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/conjectura/article/view/4782>>. Acesso em: 01/11/2020.

ZANELLA, Diego Carlos. O conceito da felicidade na fundamentação da moral em Kant. **Intuitio**, Porto Alegre, v. 2, n. 2, p. 96-102, 13 out. 2009. Disponível em: <https://www.academia.edu/779258/O_conceito_de_felicidade_na_fundamenta%C3%A7%C3%A3o_da_moral_em_Kant>. Acesso em: 31/10/2020.

ZYGMUNT Bauman, Sócrates e a felicidade. Publicado pelo canal Fronteiras do Pensamento. Produção de Telos Cultural (00:00-02:41). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=tYcrABq0-iU>>. Acesso em: 27/10/2020.