The background of the cover is a teal-colored sky with soft, white clouds. A person is seen from behind, standing on the peak of a dark, rocky mountain. Several glowing lightbulbs are scattered across the sky, some appearing to be part of a larger, faint circuit board pattern. The overall mood is one of inspiration and intellectual pursuit.

Aportes Éticos e Estéticos em Filosofia 2

Marcelo Máximo Purificação
Sonellaine de Carvalho
Alessandra Cabral da Silva
(Organizadores)

Atena
Editora
Ano 2021

The background of the cover features a silhouette of a person standing on a rocky, mountainous terrain. The person is looking upwards towards a sky filled with several glowing lightbulbs of various sizes. The sky is also overlaid with a complex, white, circuit-like pattern that resembles a neural network or a web of connections. The overall color palette is monochromatic, using shades of gray and white against a dark background.

Aportes Éticos e Estéticos em Filosofia 2

Marcelo Máximo Purificação
Sonellaine de Carvalho
Alessandra Cabral da Silva
(Organizadores)

Atena
Editora

Ano 2021

Editora Chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Assistentes Editoriais

Natalia Oliveira

Bruno Oliveira

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto Gráfico e Diagramação

Natália Sandrini de Azevedo

Camila Alves de Cremo

Luiza Alves Batista

Maria Alice Pinheiro

Imagens da Capa

Shutterstock

Edição de Arte

Luiza Alves Batista

Revisão

Os Autores

2021 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do Texto © 2021 Os autores

Copyright da Edição © 2021 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais

Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília

Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Cristina Gaió – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Profª Drª Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionale delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Profª Drª Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Prof. Dr. Arinaldo Pereira da Silva – Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará
Prof. Dr. Antonio Pasqualetto – Pontifícia Universidade Católica de Goiás
Profª Drª Carla Cristina Bauermann Brasil – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Cleberton Correia Santos – Universidade Federal da Grande Dourados
Profª Drª Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia
Prof. Dr. Écio Souza Diniz – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Fágner Cavalcante Patrocínio dos Santos – Universidade Federal do Ceará
Profª Drª Gírlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Jael Soares Batista – Universidade Federal Rural do Semi-Árido
Prof. Dr. Jayme Augusto Peres – Universidade Estadual do Centro-Oeste
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Profª Drª Lina Raquel Santos Araújo – Universidade Estadual do Ceará
Prof. Dr. Pedro Manuel Villa – Universidade Federal de Viçosa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Profª Drª Talita de Santos Matos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Tiago da Silva Teófilo – Universidade Federal Rural do Semi-Árido
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. André Ribeiro da Silva – Universidade de Brasília
Profª Drª Anelise Levay Murari – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Profª Drª Daniela Reis Joaquim de Freitas – Universidade Federal do Piauí
Profª Drª Débora Luana Ribeiro Pessoa – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Douglas Siqueira de Almeida Chaves – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
Profª Drª Elizabeth Cordeiro Fernandes – Faculdade Integrada Medicina
Profª Drª Eleuza Rodrigues Machado – Faculdade Anhanguera de Brasília
Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Profª Drª Eysler Gonçalves Maia Brasil – Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira
Prof. Dr. Fernando Lima Santos – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Fernanda Miguel de Andrade – Universidade Federal de Pernambuco
Prof. Dr. Fernando Mendes – Instituto Politécnico de Coimbra – Escola Superior de Saúde de Coimbra
Profª Drª Gabriela Vieira do Amaral – Universidade de Vassouras
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Helio Franklin Rodrigues de Almeida – Universidade Federal de Rondônia
Profª Drª Iara Lúcia Tescarollo – Universidade São Francisco
Prof. Dr. Igor Luiz Vieira de Lima Santos – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Jefferson Thiago Souza – Universidade Estadual do Ceará
Prof. Dr. Jesus Rodrigues Lemos – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Jônatas de França Barros – Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof. Dr. Luís Paulo Souza e Souza – Universidade Federal do Amazonas
Profª Drª Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Marcus Fernando da Silva Praxedes – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Maria Tatiane Gonçalves Sá – Universidade do Estado do Pará
Profª Drª Mylena Andréa Oliveira Torres – Universidade Ceuma
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federacl do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Paulo Inada – Universidade Estadual de Maringá
Prof. Dr. Rafael Henrique Silva – Hospital Universitário da Universidade Federal da Grande Dourados
Profª Drª Regiane Luz Carvalho – Centro Universitário das Faculdades Associadas de Ensino
Profª Drª Renata Mendes de Freitas – Universidade Federal de Juiz de Fora
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Welma Emidio da Silva – Universidade Federal Rural de Pernambuco

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Profª Drª Ana Grasielle Dionísio Corrêa – Universidade Presbiteriana Mackenzie
Prof. Dr. Carlos Eduardo Sanches de Andrade – Universidade Federal de Goiás
Profª Drª Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Cleiseano Emanuel da Silva Paniagua – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás
Prof. Dr. Douglas Gonçalves da Silva – Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Profª Drª Érica de Melo Azevedo – Instituto Federal do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Profª Dra. Jéssica Verger Nardeli – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho
Prof. Dr. Juliano Carlo Rufino de Freitas – Universidade Federal de Campina Grande

Profª Drª Luciana do Nascimento Mendes – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Marques – Universidade Estadual de Maringá
Prof. Dr. Marco Aurélio Kistemann Junior – Universidade Federal de Juiz de Fora
Profª Drª Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Priscila Tessmer Scaglioni – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Sidney Gonçalves de Lima – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Linguística, Letras e Artes

Profª Drª Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Angeli Rose do Nascimento – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro
Profª Drª Carolina Fernandes da Silva Mandaji – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Profª Drª Denise Rocha – Universidade Federal do Ceará
Profª Drª Edna Alencar da Silva Rivera – Instituto Federal de São Paulo
Profª Drª Fernanda Tonelli – Instituto Federal de São Paulo,
Prof. Dr. Fabiano Tadeu Grazioli – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná
Profª Drª Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará
Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobon – Universidade Estadual do Centro-Oeste
Profª Drª Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia

Conselho Técnico Científico

Prof. Me. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo
Prof. Me. Adalberto Zorzo – Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza
Prof. Dr. Adailson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba
Prof. Dr. Adilson Tadeu Basquerote Silva – Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí
Profª Ma. Adriana Regina Vettorazzi Schmitt – Instituto Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. Alex Luis dos Santos – Universidade Federal de Minas Gerais
Prof. Me. Alexsandro Teixeira Ribeiro – Centro Universitário Internacional
Profª Ma. Aline Ferreira Antunes – Universidade Federal de Goiás
Profª Drª Amanda Vasconcelos Guimarães – Universidade Federal de Lavras
Prof. Me. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão
Profª Ma. Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa
Profª Drª Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
Profª Drª Andrezza Miguel da Silva – Faculdade da Amazônia
Profª Ma. Anelisa Mota Gregoleti – Universidade Estadual de Maringá
Profª Ma. Anne Karynne da Silva Barbosa – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Antonio Hot Pereira de Faria – Polícia Militar de Minas Gerais
Prof. Me. Armando Dias Duarte – Universidade Federal de Pernambuco
Profª Ma. Bianca Camargo Martins – UniCesumar
Profª Ma. Carolina Shimomura Nanya – Universidade Federal de São Carlos
Prof. Me. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Me. Carlos Augusto Zilli – Instituto Federal de Santa Catarina
Prof. Me. Christopher Smith Bignardi Neves – Universidade Federal do Paraná
Profª Drª Cláudia de Araújo Marques – Faculdade de Música do Espírito Santo
Profª Drª Cláudia Taís Siqueira Cagliari – Centro Universitário Dinâmica das Cataratas
Prof. Me. Clécio Danilo Dias da Silva – Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Me. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará
Profª Ma. Daniela da Silva Rodrigues – Universidade de Brasília
Profª Ma. Daniela Remião de Macedo – Universidade de Lisboa

Profª Ma. Dayane de Melo Barros – Universidade Federal de Pernambuco
Prof. Me. Douglas Santos Mezacas – Universidade Estadual de Goiás
Prof. Me. Edevaldo de Castro Monteiro – Embrapa Agrobiologia
Prof. Me. Edson Ribeiro de Britto de Almeida Junior – Universidade Estadual de Maringá
Prof. Me. Eduardo Gomes de Oliveira – Faculdades Unificadas Doctum de Cataguases
Prof. Me. Eduardo Henrique Ferreira – Faculdade Pitágoras de Londrina
Prof. Dr. Edwaldo Costa – Marinha do Brasil
Prof. Me. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita
Prof. Me. Ernane Rosa Martins – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás
Prof. Me. Euvaldo de Sousa Costa Junior – Prefeitura Municipal de São João do Piauí
Prof. Dr. Everaldo dos Santos Mendes – Instituto Edith Theresa Hedwing Stein
Prof. Me. Ezequiel Martins Ferreira – Universidade Federal de Goiás
Profª Ma. Fabiana Coelho Couto Rocha Corrêa – Centro Universitário Estácio Juiz de Fora
Prof. Me. Fabiano Eloy Atilio Batista – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Me. Felipe da Costa Negrão – Universidade Federal do Amazonas
Prof. Me. Francisco Odécio Sales – Instituto Federal do Ceará
Prof. Me. Francisco Sérgio Lopes Vasconcelos Filho – Universidade Federal do Cariri
Profª Drª Germana Ponce de Leon Ramírez – Centro Universitário Adventista de São Paulo
Prof. Me. Gevair Campos – Instituto Mineiro de Agropecuária
Prof. Me. Givanildo de Oliveira Santos – Secretaria da Educação de Goiás
Prof. Dr. Guilherme Renato Gomes – Universidade Norte do Paraná
Prof. Me. Gustavo Krahl – Universidade do Oeste de Santa Catarina
Prof. Me. Helton Rangel Coutinho Junior – Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro
Profª Ma. Isabelle Cerqueira Sousa – Universidade de Fortaleza
Profª Ma. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Me. Javier Antonio Albornoz – University of Miami and Miami Dade College
Prof. Me. Jhonatan da Silva Lima – Universidade Federal do Pará
Prof. Dr. José Carlos da Silva Mendes – Instituto de Psicologia Cognitiva, Desenvolvimento Humano e Social
Prof. Me. Jose Elyton Batista dos Santos – Universidade Federal de Sergipe
Prof. Me. José Luiz Leonardo de Araujo Pimenta – Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria Uruguay
Prof. Me. José Messias Ribeiro Júnior – Instituto Federal de Educação Tecnológica de Pernambuco
Profª Drª Juliana Santana de Curcio – Universidade Federal de Goiás
Profª Ma. Juliana Thaisa Rodrigues Pacheco – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Kamilly Souza do Vale – Núcleo de Pesquisas Fenomenológicas/UFPA
Prof. Dr. Kárpio Márcio de Siqueira – Universidade do Estado da Bahia
Profª Drª Karina de Araújo Dias – Prefeitura Municipal de Florianópolis
Prof. Dr. Lázaro Castro Silva Nascimento – Laboratório de Fenomenologia & Subjetividade/UFPR
Prof. Me. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Ma. Lilian Coelho de Freitas – Instituto Federal do Pará
Profª Ma. Lilian de Souza – Faculdade de Tecnologia de Itu
Profª Ma. Liliani Aparecida Sereno Fontes de Medeiros – Consórcio CEDERJ
Profª Drª Lívia do Carmo Silva – Universidade Federal de Goiás
Prof. Dr. Lucio Marques Vieira Souza – Secretaria de Estado da Educação, do Esporte e da Cultura de Sergipe
Prof. Dr. Luan Vinicius Bernardelli – Universidade Estadual do Paraná
Profª Ma. Luana Ferreira dos Santos – Universidade Estadual de Santa Cruz
Profª Ma. Luana Vieira Toledo – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Me. Luis Henrique Almeida Castro – Universidade Federal da Grande Dourados
Prof. Me. Luiz Renato da Silva Rocha – Faculdade de Música do Espírito Santo
Profª Ma. Luma Sarai de Oliveira – Universidade Estadual de Campinas
Prof. Dr. Michel da Costa – Universidade Metropolitana de Santos

Prof. Me. Marcelo da Fonseca Ferreira da Silva – Governo do Estado do Espírito Santo
Prof. Dr. Marcelo Máximo Purificação – Fundação Integrada Municipal de Ensino Superior
Prof. Me. Marcos Aurelio Alves e Silva – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo
Profª Ma. Maria Elanny Damasceno Silva – Universidade Federal do Ceará
Profª Ma. Marileila Marques Toledo – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
Prof. Dr. Pedro Henrique Abreu Moura – Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais
Prof. Me. Pedro Panhoca da Silva – Universidade Presbiteriana Mackenzie
Profª Drª Poliana Arruda Fajardo – Universidade Federal de São Carlos
Prof. Me. Rafael Cunha Ferro – Universidade Anhembi Morumbi
Prof. Me. Ricardo Sérgio da Silva – Universidade Federal de Pernambuco
Prof. Me. Renan Monteiro do Nascimento – Universidade de Brasília
Prof. Me. Renato Faria da Gama – Instituto Gama – Medicina Personalizada e Integrativa
Profª Ma. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal
Prof. Me. Robson Lucas Soares da Silva – Universidade Federal da Paraíba
Prof. Me. Sebastião André Barbosa Junior – Universidade Federal Rural de Pernambuco
Profª Ma. Silene Ribeiro Miranda Barbosa – Consultoria Brasileira de Ensino, Pesquisa e Extensão
Profª Ma. Solange Aparecida de Souza Monteiro – Instituto Federal de São Paulo
Profª Ma. Taiane Aparecida Ribeiro Nepomoceno – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Prof. Me. Tallys Newton Fernandes de Matos – Faculdade Regional Jaguaribana
Profª Ma. Thatianny Jasmine Castro Martins de Carvalho – Universidade Federal do Piauí
Prof. Me. Tiago Silvio Dedoné – Colégio ECEL Positivo
Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista

Aportes éticos e estéticos em filosofia 2

Bibliotecária: Janaina Ramos
Diagramação: Maria Alice Pinheiro
Correção: Maiara Ferreira
Edição de Arte: Luiza Alves Batista
Revisão: Os Autores
Organizadores: Marcelo Máximo Purificação
Sonellaine de Carvalho
Alessandra Cabral da Silva

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

A644 Aportes éticos e estéticos em filosofia 2 / Organizadores Marcelo Máximo Purificação, Sonellaine de Carvalho, Alessandra Cabral da Silva. – Ponta Grossa - PR: Atena, 2021.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-5983-130-2

DOI 10.22533/at.ed.302211805

1. Filosofia. I. Purificação, Marcelo Máximo (Organizador). II. Carvalho, Sonellaine de (Organizadora). III. Silva, Alessandra Cabral da (Organizadora). IV. Título.

CDD 101

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora

Ponta Grossa – Paraná – Brasil

Telefone: +55 (42) 3323-5493

www.atenaeditora.com.br

contato@atenaeditora.com.br

DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa.

APRESENTAÇÃO

Caros leitores, apresentamos a obra: “Aportes Éticos e Estéticos em Filosofia 2”, desenvolvido através de trabalhos realizados em diferentes contextos. Uma obra que reúne 11 textos, cujos temas transitam pelo universo da filosofia proporcionando conhecimento e informação, que corroboram para a constituição de reflexões na área das Ciências Humanas.

O livro apresenta objetivos e temas que percorrem os seguintes caminhos: estudar o método de René Descartes na história da filosofia e do pensamento moderno; em objetiva conceber se a igualdade preserva a essência humana ou se colabora na construção de massas e no isolamento dos seres frente à realidade dos fatos; em saber como é possível se dar a ligação (mente e cérebro), um dos problemas que o filósofo contemporâneo da mente tenta explicar e resolver; descreve a investigação acerca do problema filosófico apresentado por Alan Turing ao afirmar a possibilidade de máquinas pensarem; analisa o aspecto simbólico dos heróis e dos mitos, para então, por meio do Tarot, considerado um dos oráculos mais antigos da humanidade, arte adivinhatória em forma de jogo de cartas, adentrarmos numa leitura dos arcanos-arquétipos que regem a filosofia bachelardiana; busca compreender, dentro da Filosofia Política do filósofo italiano Antonio Gramsci (1891–1937), o lugar e o valor da hegemonia e relacioná-la com as categorias de guerra de posição e de reforma moral e intelectual; coloca o Filósofo Søren Aabye Kierkegaard como aquele pensador que andou na contramão da filosofia entendida como existencial, onde na sua gênese de interpretação não há um “socorro”, uma esperança; não se procura analisar somente as semelhanças, mas explorar os caminhos dados pelo jovem Nietzsche que, por vezes, apesar de um tanto poéticos, são sucintos em suas argumentações e, não apresentam conflitos com a própria forma em que foram expressos, uma vez que a saída mesma dos tais problemas seria através de um perspectivismo artístico; apresentar uma visão contemporânea da felicidade, especialmente trabalhada nas relações de consumo; explicita uma fundamentação metafísica da lei natural em Tomás de Aquino; Saber que o ensino da filosofia deve ser renovado e reinventado, por meio da prática docente de cada educador, encontrando novas estratégias de aprendizagem. O exposto acima mostra a profundidade das discussões, que visam proporcionar aos leitores boas leituras e boas reflexões.

Marcelo Máximo Purificação
Sonellaine de Carvalho
Alessandra Cabral da Silva

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
A ATUALIDADE DO MÉTODO DA DÚVIDA CARTESIANA NO AMBIENTE DAS PESQUISAS CIENTÍFICAS	
Leandro Arcanjo Silva	
DOI 10.22533/at.ed.3022118051	
CAPÍTULO 2	8
A HORIZONTALIDADE DOS DIREITOS HUMANOS NA PERSPECTIVA DE HANNAH ARENDT: A DESCARTABILIDADE IMPLÍCITA NA POPULAÇÃO MIGRATÓRIA	
Natália Madsen dos Santos	
DOI 10.22533/at.ed.3022118052	
CAPÍTULO 3	19
A CONCEPÇÃO DE MENTE COMO HERANÇA CARTESIANA NO DUALISMO DE SUBSTÂNCIAS E PROPRIEDADES	
Matusalen de Lima	
Evandro Oliveira Brito	
DOI 10.22533/at.ed.3022118053	
CAPÍTULO 4	24
A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E O PENSAMENTO DE MÁQUINAS: O <i>HARD PROBLEM</i> DA CONSCIÊNCIA NA PROPOSTA DE ALAN TURING	
Leonardo Augusto Pacheco	
DOI 10.22533/at.ed.3022118054	
CAPÍTULO 5	34
BACHELARD E A JORNADA DO HERÓI: MITANÁLISE E TAROLOGIA COMO APRENDIZAGEM DE SI	
Gabriel Kafure da Rocha	
William Gustavo Machado	
DOI 10.22533/at.ed.3022118055	
CAPÍTULO 6	52
HEGEMONIA EM GRAMSCI	
Antonio Ferreira Marques Neto	
DOI 10.22533/at.ed.3022118056	
CAPÍTULO 7	64
O INDIVÍDUO E A ÂNSIA DE SER SI MESMO KIEKEGAARD E OS ESTÁGIOS ESTÉTICO, ÉTICO E RELIGIOSO	
Uilson Melo Barbosa Monteiro	
Danilo Leal de Souza	
DOI 10.22533/at.ed.3022118057	

CAPÍTULO 8	73
O PROBLEMA MORAL DO IMPULSO À VERDADE E A ESTÉTICA DA VONTADE DE PODER COMO SAÍDA POSSÍVEL	
Raul Reis Araújo	
DOI 10.22533/at.ed.3022118058	
CAPÍTULO 9	81
RELAÇÕES DE CONSUMO: UMA ANÁLISE FILOSÓFICA CONTEMPORÂNEA DA BUSCA PELA FELICIDADE	
Leilson João Reis da Silva	
Jacir Alfonso Zanatta	
DOI 10.22533/at.ed.3022118059	
CAPÍTULO 10	95
TOMÁS DE AQUINO E A LEI NATURAL: UMA FUNDAMENTAÇÃO METAFÍSICA	
Luis Carlos Silva de Sousa	
DOI 10.22533/at.ed.30221180510	
CAPÍTULO 11	102
UN MÉTODO DE INTERVENCIÓN PEDAGÓGICO: ENSEÑAR Y APRENDER CON LA ÉTICA Y LA ESTÉTICA	
Mafaldo Maza Dueñas	
Vanessa García González	
DOI 10.22533/at.ed.30221180511	
SOBRE OS ORGANIZADORES	115
ÍNDICE REMISSIVO	117

CAPÍTULO 9

RELAÇÕES DE CONSUMO: UMA ANÁLISE FILOSÓFICA CONTEMPORÂNEA DA BUSCA PELA FELICIDADE

Data de aceite: 21/05/2021

Leilson João Reis da Silva

Formado em Filosofia pela Universidade Católica Dom Bosco (UCDB), estudante de Teologia na mesma universidade

Jacir Alfonso Zanatta

Psicólogo Clínico. Doutor em Psicologia pela Universidade Católica Dom Bosco (UCDB) 2017. Mestre Psicologia pela Universidade Católica Dom Bosco (UCDB) 2012 e Mestre em Educação pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) 2002.

RESUMO: Este trabalho tem por objetivo apresentar uma visão contemporânea da felicidade, especialmente trabalhada nas relações de consumo. A definição de felicidade é trazida de início para que o leitor possa compreender a argumentação posterior, bem como os motivos que levam esta produção a julgar como alienação ou desinformação o fato de que a sociedade do século XXI tem buscado a felicidade por meio de compras, ou mesmo do uso indiscriminado de redes sociais. Foram utilizados autores como Sêneca, Epicuro, Gilles Lipovetsky, Giovanni Sartori, Freud e outros que de forma explícita contribuem para o objetivo deste trabalho, qual seja, demonstrar que a felicidade está mais relacionada ao modo de vida que se leva, ao saber aproveitar dos bens sem que estes sejam os protagonistas da vida humana, do que em possuir bens ou riquezas. Resta muito evidente

que embora a humanidade trabalhe para ser feliz, ela tem a cada momento se distanciando mais do caminho da felicidade. Não se pretende neste trabalho realizar uma exegese do pensamento de tais autores ou dar à sociedade uma fórmula mágica para desenvolver uma vida feliz, mas, objetiva-se tão somente mostrar que o caminho do ter, embora possa ser compatível com o da felicidade, não é um requisito para a vida feliz.

PALAVRAS - CHAVE: Felicidade. Relações de consumo. Filosofia do consumo.

ABSTRACT: This work aims to present a contemporary view of happiness, especially worked in consumer relations. The definition of happiness is presented in the beginning so that the reader can understand the later argumentation as well as the reasons that lead this production to judge as alienation or misinformation the fact that the society of the 21st century has been searching for happiness through shopping, or even the indiscriminate use of social networks. Authors such as Seneca, Epicurus, Gilles Lipovetsky, Giovanni Sartori, Freud among others who explicitly contribute to the objective of this work were used, that is, to demonstrate that happiness is more related to the way of life that is carried out, by knowing how to take advantage of goods without them being the protagonists of human life, than in owning goods or wealth. It remains very clear that although humanity works to be happy, it has more and more distanced itself from the path of happiness. This work does not intend to carry out an exegesis of the thought of such authors or to give society a magical formula to develop a happy life but it is only intended to

show that the path of having, although it can be compatible with that of happiness, is not a requirement for a happy life.

KEYWORDS: Happiness. Consumer relations. Philosophy of consumption.

1 | INTRODUÇÃO

Criou-se pela sociedade humana, especialmente na contemporaneidade, uma cultura de superavaliação dos bens de consumo. Tudo é considerado a partir de seu valor. E por vezes, atualmente, não se possa falar em felicidade sem a menção de aspectos financeiros. Parece que aquela busca pela *εὐδαιμονίαν*¹ (eudaimonia/felicidade) dos antigos gregos não tem mais sentido. A felicidade está colocada em potes nos supermercados e em belas vitrines expostas por todos os locais. É acerca desta tendência (de buscar a felicidade nos bens de consumo) que versará este artigo, orientando-se para onde não se pode falar em felicidade unicamente por influência de bens materiais. Para isso usar-se-á o conceito de felicidade no pensamento de Sêneca com corroboração de outros autores que tratem o tema.

Diuturnamente os seres humanos têm caminhado para um consumismo desenfreado. Não observam mais o próprio bem estar, tudo tem se voltado para o acúmulo de bens de consumo, ou mesmo de uma forte tendência contemporânea de se ser medida a importância das pessoas pela quantidade de bens ou por sua adequação à moda (ou modismos). As pessoas são induzidas a se vestirem como ensina a televisão, a possuírem *smartphones* ou aparelhos de comunicação que estejam contemplados pelos anúncios espalhados nas redes sociais e nos canais de publicidade existentes.

Tratar o tema da felicidade nas relações de consumo é uma das mais importantes tarefas do filósofo, pois é ele quem busca a causa primeira de todas as coisas. É o filósofo aquele ser humano que não se conforma com o que está posto como verdade, e, que busca, então, as raízes e os porquês de todas as situações ou casos que se lhe apresentam. Desta forma o filósofo há de se indagar sobre o motivo que tem levado o ser humano a buscar a felicidade nos bens de consumo, não pelo simples fato ser contra ou favorável ao capitalismo, mas por motivos mais profundos, a saber, porque ele busca desvelar o mundo e descobrir no que consiste a felicidade. Se estiver nos bens consumíveis, tal como se prega nas mídias, muitos dos antigos filósofos gastaram suas vidas em busca de algo que não precisavam ter buscado, mas tão somente adquirido numa liquidação de fim de ano.

¹ Em termos de etimologia, *eudaimonia* é um substantivo abstrato derivado de eu que significa “bom” e *daimon*, que se refere a uma divindade menor ou espírito guardião. Eudaimonia implica um estado positivo e divino que a humanidade é capaz de se esforçar e, eventualmente, alcançar. Uma visão literal de *eudaimonia* significa alcançar um estado de ser semelhante a uma divindade benevolente, ou ser protegido e cuidado por uma divindade benevolente. Como este seria considerado o estado mais positivo a ser encontrado, a palavra é frequentemente traduzida como “felicidade”, embora incorporar a natureza divina da palavra estende o significado para incluir também os conceitos de ser afortunado ou abençoado. Apesar dessa etimologia, no entanto, as discussões sobre a *eudaimonia* na ética grega antiga são frequentemente conduzidas independentemente de qualquer significado sobrenatural. (Definição livre, feita especialmente a partir da leitura do Dicionário de filosofia constante nas referências).

Não busca este trabalho abarcar todo o pensamento de algum filósofo, tampouco a magnitude das diversas obras que dissertam acerca a felicidade. Mas, pelo contrário, buscarse-á embasado no pensamento de Sêneca e de outros filósofos, realizar uma leitura históricocrítica da contemporaneidade que emerge envolta num consumismo exacerbado. Neste sentido, conforme dito, as relações de consumo serão tratadas de início como um caminho para se encontrar a *ευδαιμονίαν*, a felicidade.

Epicuro (2002, p.23) ao iniciar a **Carta sobre a felicidade** incita Meneceu: “[...] é necessário, portanto, cuidar das coisas que trazem a felicidade, já que, estando esta presente, tudo temos, e, sem ela, tudo fazemos para alcançá-la.”. Com este pensamento inicial de Epicuro, que não se distancia do desenvolvido por Sêneca, talvez, se possa trilhar um caminho onde se esclareça o porquê dos seres humanos buscarem nas relações de consumo a felicidade, quiçá movidos por este impulso de tudo fazer para alcançá-la.

Discutir relações de consumo por si só já seria um problema bastante grave, e demasiado sensível, por questões muito óbvias, como a busca desenfreada por novos meios de saciar a visível necessidade que as pessoas têm de se afirmarem como pessoas boas, e, portanto dignas de serem respeitadas e seguidas em seus ideais, ou como o fato de que os seres humanos têm a cada dia buscado consumir sem pensar nas consequências do consumo e dos fatores envolvidos na produção de bens que muitas vezes são fabricados de maneira irregular ou de forma prejudicial ao meio ambiente.

Entretanto, como o filósofo sempre procura a raiz, ou a causa primeira de todas as coisas, este trabalho, versando no campo da filosofia contemporânea se dispõe a ir um pouco mais longe e abordar a ideia desenvolvida especialmente nos dois últimos séculos, mais especificamente nos últimos anos de uma necessidade exacerbada de consumir.

Há na população atual uma forte tendência a consumir tudo o que se lhe é apresentado como bom. O sujeito compra um carro ou um *smartphone*, não porque necessite de um novo, mas pelo simples fato de que o que havia comprado no ano anterior – ou menos que isso – já está ultrapassado e não corresponde às “necessidades” da modernidade. Cabe ao filósofo indagar o porquê deste novo pensamento humano, atrelando a esta pergunta, bem como tentar descobrir se essa atitude, quase comum a todos os homens e mulheres é devido a uma busca pela felicidade, ou se estão envolvidos por tamanho *marketing* que se sentem movidos a adquirir bens, pensando necessitar dos mesmos. E ao lado disso, buscar responder se pode o homem encontrar a felicidade unicamente por meio da aquisição de bens materiais ou se é o homem apenas um objeto oscilando como uma marionete nas mãos de outros seres humanos.

Parece que o ser humano vive para ser feliz. Todas as suas ações são sempre voltadas para a construção de uma vida pautada em relações ou ações que lhe garantam conforto, estabilidades financeira, intelectual e emocional. E para isso ele faz uso contínuo de bens e matérias produzidas por outros sujeitos, tal como um doente que precisa utilizar-se de medicação diária. Aqui está possivelmente a grande seguradora da economia global,

a ideia de que o homem precisa comprar para ser feliz, caso contrário sempre estará desejando algo que nunca lhe vem à mão.

Outrossim, muitos indivíduos, criaram, ou deixaram criar em si – talvez inconscientemente –, uma necessidade de consumir, que saiu da esfera da sobrevivência, e passou a vigorar como uma característica do sujeito atual, do homem moderno, do sujeito interessante para se conhecer e criar laços. A moda, não só nos vestuários, mas em todos os tipos de bens que se possa consumir, passou a ditar as regras da vida em sociedade. Neste sentido vale lembrar o filósofo francês Gilles Lipovetsky (2009, p.13) quando afirma que

“assim, a moda está nos comandos de nossas sociedades, a sedução e o efêmero tornaram-se, em menos de meio século, os princípios organizadores da vida coletiva moderna”.

Não poucos foram os filósofos que apontaram a cultura de massa como uma espécie de “razão” destruidora da própria razão. Isto é, a moda e suas vertentes nos diversos campos da vida humana forjaram na sociedade um empobrecimento de sua razão crítica, aquela mesma razão que leva o indivíduo a se indagar antes de realizar qualquer compra ou aquisição se ele tem necessidade daquilo que está prestes a tomar para si. Lipovetsky é muito elucidativo neste sentido:

Pela análise da cultura de massa apreendida como máquina destruidora da razão, empresa totalitária de erradicação da autonomia do pensamento, a *intelligentsia* formou um bloco comum, estigmatizando numa mesma voz a ditadura degradante do consumível, a infâmia das indústrias culturais. Desde os anos 1940, Adorno e Horkheimer insurgiram-se contra a fusão “monstruosa” da cultura, da publicidade e do divertimento industrializado que acarreta a manipulação e a standardização das consciências (LIPOVETSKY, 2009, p.16).

Em consonância como pensamento de Lipovetsky (2009), se poderia então dizer que o ser humano é manipulado por uma consciência ainda mais forte que a de cada indivíduo, o que trás à tona diversos outros fatores envolvidos na elaboração e venda de bens e produtos pela comunicação de massa. Artigos estes que são classificados como necessários para que o humano consiga chegar a um grau, ao menos, satisfatório de felicidade, embora os *slogans* sejam da venda de uma felicidade completa ou da satisfação de todos os problemas do consumidor.

Sumariamente os referenciais teóricos utilizados neste trabalho mostram o caminho para se chegar à felicidade, ou em outros termos, mostra o que deve o filósofo fazer para alcançar o nível interior de paz que o faça sentir-se feliz. Mesmo que em outros termos, ou com objetivos distintos, o ser humano, especialmente os indivíduos que se dedicam ao estudo e aperfeiçoamento por meio da Filosofia, sempre buscam entrar neste estado de vida que se pode chamar de felicidade. Alguns buscam a sabedoria, pois é nela que consistiria a libertação do estado de angústia que se encontram, provocando assim a tão

sonhada felicidade que se tem quando se é dono de si mesmo.

Buscar a felicidade é em primeiríssimo lugar, desenvolver um pensamento autônomo, não no sentido de negligenciar no trato para como seus concidadãos, mas, ser capaz de realizar o exercício do discernimento entre o que é vontade sua e o que é o querer de outrem introduzido em si. Neste sentido Sêneca (2011, §7)² ao escrever a Lucílio falando sobre a economia do tempo afirma “apodera-te novamente de ti mesmo, e o tempo, que até agora te era arrebatado, subtraído ou simplesmente te escapava, recupera-o e conserva-o”. É interessante o pensamento de Sêneca atribuído nas relações de consumo, que se estende às redes sociais e de outros mecanismos de vida virtual na qual o indivíduo está introduzido não como mero usuário, mas como um produto desses instrumentos. Em outras palavras, o homem passa a ser produto ao invés de consumidor. Ele perde sua personalidade em troca de uma falsa sensação de estar consumindo.

O apoderar-se de si mesmo que Sêneca traz em seu texto é ainda hoje uma questão bem viva e importante, mas, que por vezes, é negligenciada por muitos, ou pela grande parte, da população mundial. O sujeito do século XXI não tem notado que as redes sociais são destinadas não para seu puro entretenimento, embora a visão que se tem seja esta. A realidade vai muito além, pois é possível perceber que a todo momento novos anúncios vão surgindo em “janelas” ou *pop-ups* incitando o usuário da rede a adquirir determinado produto. A verdade parece ser que o usuário, por vezes, é este próprio produto, pois seus dados e seus cliques são captados pelas grandes empresas que lhe apresentam tudo o que precisa para “ser feliz” e realizado, desde simples objetos como sapatos, até carros e viagens.

Sêneca (2011, §7) ainda prescreve a Lucílio, e também ao indivíduo do século XXI “fica certo de que as coisas são como escrevo: parte do tempo nos é arrancada, parte nos é subtraída por amenidades, e o resto escorrega de nossas mãos”. Perde-se muito tempo fazendo nada, e ao mesmo tempo, se perde o caminho primeiro que se deve traçar para chegar a um estado de vida que no qual se possa dizer estar feliz verdadeiramente. Em Sêneca tem-se uma possível resposta para as pessoas que residem na ideia de que a felicidade pode ser encontrada em uma vitrine ou por meio de postagens em redes sociais mostrando os momentos “bons” que se viveu no dia. Na carta XXXI ele prescreve “segue aquele ímpeto da alma com o qual buscavas as mais elevadas coisas, tendo calcado os bens vulgares. [...] O que deves desejar? **Faze-te feliz por meio de ti mesmo**³. Farás isso se entenderes que é bom o que está mesclado à virtude e vergonhoso o que está unido à maldade” (SÊNeca, 2011, §17, 18).

Quão longe a sociedade contemporânea está desta afirmação do filósofo. Fazer-
2 O livro **Sobre os enganos do mundo** do qual se fez uso não possui a paginação tradicional, mas numeração ao lado do texto como se fazia na antiguidade. Portanto, este trabalho fez a opção por citar usando a representação simbólica de parágrafo (§).

3 **Grifo dos autores.** Dá-se este destaque a referida frase por ver nela uma das possíveis respostas a propositura inicial deste trabalho que é o de que a felicidade não necessita de objetos materiais para ser alcançada, mas que pode ser obtida por meios mais simples, mais acessíveis a todos.

se feliz por meio de si mesmo, seria abandonar a cultura midiática que se instalou no espírito humano na qual o usuário de redes sociais, como por exemplo, *WhatsApp*, *Facebook*, *Twitter*, vivem no ímpeto de mostrar aos outros usuários o que eles não são, ou pelo menos buscam maquiagem suas realidades, postando somente as melhores fotos, os melhores momentos, sempre carregados de frases de valorização de alguma característica sua – muitas vezes inexistente – na intenção de venderem aos demais a ideia de que são pessoas felizes. Longe estão de entender que ao fazer isso, não só contribuem para o adoecimento pessoal e coletivo, já que no íntimo se instalam desejos de ser aquilo que se está representado na rede social. Como também se distanciam dessa possibilidade de ser feliz por meio de si mesmo. Muitos são os que precisam controlar o número de visualizações, de curtidas ou de *retweets* que obtiveram em cada atividade realizada *on-line*. A felicidade depende, então, de outras pessoas, ou melhor, de mecanismos que mostrem o quanto o indivíduo é querido no mundo virtual.

21 ORIGEM E DEFINIÇÃO DO TERMO FELICIDADE

Nicola Abbagnano, ao trazer a definição de felicidade afirma que esta é “em geral, estado de satisfação devido à situação no mundo” (ABBAGNANO 2007, p.434), ao passo que menciona que a felicidade se difere de um conceito religioso muito comum, especialmente no mundo cristão, o das bem-aventuranças, já que na felicidade não se tem obrigatoriamente cunho religioso. Segundo ele o termo felicidade surgiu na antiga Grécia, quando já Tales de Mileto denominava feliz “quem tem corpo são e forte, boa sorte e alma bem formada. Muitos filósofos antes de Platão consideravam a felicidade análoga ao prazer, afirmações que Platão julgava errôneas. Afirmava ele no Górgias que a felicidade está mais relacionada com a virtude, pois “os felizes são felizes pela aquisição da justiça e moderação, e os desafortunados estão infelizes por possuírem a maldade” (PLATÃO, 2010, p.508). No diálogo Platão ainda ensina o personagem Calicles que “em todo caso, eu estabeleço isto e afirmo que é verdade; e se for verdade, quem quiser ser feliz deve procurar praticar, como parece, a moderação e escapar da devassidão com o máximo de diligência que puder, e deve tentar, acima de tudo, não precisar ser punido” (PLATÃO, 2010, p.507). A felicidade é então marcada por uma vivência virtuosa, na qual o indivíduo deve evitar todos os impulsos negativos – próprios ou alheios – para que não seja considerado como alguém que detesta toda e qualquer lei injusta.

Aristóteles, por sua vez trabalhava a felicidade num grau mais contemplativo, trazendo-a como bem-aventurança, embora tenha deixado uma definição mais ampla de felicidade quando na *Ética a Nicômaco* tratou-a como “certa atividade da alma, realizada em conformidade com a virtude” (ARISTÓTELES, 1987, p. 153). A felicidade não exclui, mas inclui a satisfação das necessidades e das aspirações mundanas. Aristóteles vai além de uma definição e coloca como essencial para o que se denomina felicidade possuir três

tipos de bens: os da alma, os do corpo e os bens exteriores. Os últimos devem servir para auxiliar seu portador a ser feliz, sem que se torne impeditivo ou danoso, o que ocorre sempre que estes forem tomados além de suas qualidades de instrumentos. Enquanto isso os bens da alma são mais úteis para a felicidade conforme sua abundância no homem. Já os bens do corpo são aqueles atributos que possibilitam de maneira evidente e direta o gozo da felicidade, por exemplo, a saúde física.

Na Idade Moderna, com o humanismo há uma volta à ideia de que a felicidade é intrínseca ao prazer. Nicola Abbagnano escreve:

Locke diz que a F. “é o maior prazer de que somos capazes, e a infelicidade o maior sofrimento; o grau ínfimo daquilo que pode ser chamado de F. é estar tão livre de sofrimentos e ter tanto prazer presente que não é possível contentar-se com menos” (Ensaio, II, 21, 43). E Leibniz: “Creio que a F. é um prazer durável, o que não poderia acontecer sem o progresso contínuo em direção a novos prazeres” (Nouv. ess., II, 21, 42). A noção de F. como prazer ou como soma, ou melhor, “sistema” de prazeres, segundo a expressão do velho Aristipo, começa a adquirir significado social com Hume: a F. torna-se um prazer que pode ser difundido, o prazer do maior número, e dessa forma a noção de F. torna-se a base do movimento reformador inglês do séc. XIX (ABBAGNANO, 2007, p.435).

Inúmeras são as definições de felicidade, entretanto pela dimensão deste trabalho, e também pela impossibilidade de fazê-lo sem que haja grandes supressões de noções importantes do termo que, por sua vez, são suficientes para a compreensão do proposto pelo autor.

3 | A FELICIDADE NO MUNDO CONTEMPORÂNEO

Falar de felicidade na contemporaneidade tem sido algo bastante complexo, ao menos, para aqueles estudiosos ou pessoas que se dispõem em fazê-lo de maneira sensata e observando o real sentido da palavra na sua origem. A felicidade está banalizada por muitos. Parece que felicidade pode ser objeto de qualquer troca ou de qualquer ação financeira, entretanto, trata-se de algo muito complexo. Possuir felicidade é manter-se num estado de vida que as coisas externas não sejam empecilhos para o bem estar do indivíduo. Em suma, o homem verdadeiramente feliz não necessita de objetos (celulares, roupas, etc.) para viver nesta condição. Os bens podem simplesmente corroborar para a obtenção e manutenção de uma vida feliz.

3.1 A influência da moda na ideia de felicidade

A moda é a lei da humanidade nos dias atuais, pois toda cultura sacraliza o novo e dá ares de consagração a dignidade do presente (LIPOVETSKY, 2009). Partindo do pressuposto que a moda é a lei que move os homens na contemporaneidade, é de fácil compreensão o porquê da facilidade em manipular a opinião da massa e de fazer a

busca pela felicidade nos bens consumíveis algo aparentemente normal. Neste sentido Lipovetsky (2009, p.184) defende que “pode-se caracterizar empiricamente a “sociedade de consumo” por diferentes traços: elevação do nível de vida, abundância das mercadorias e dos serviços, culto dos objetos e dos lazeres, moral hedonista e materialista etc.” e ele complementa dizendo sobre a real causa estrutural dessa sociedade do consumo é a generalização do processo da moda, e segue: “a sociedade centrada na expansão das necessidades é, antes de tudo, aquela que reordena a produção e o consumo de massa sob a lei da *obsolescência*, da *sedução* e da *diversificação*” (LIPOVETSKY, 2009, p.184).

É indubitável que a opinião do filósofo acima é acertada, uma vez que se vê a grande luta do mercado em manter suas coleções em constante modificação. Tudo tem uma durabilidade muito curta. O *smartphone* que se compra hoje, amanhã já será superado por outro, e, assim, o consumidor se vê quase que coagido a adquirir o novo modelo, que em relação ao outro possui ínfimas características melhoradas em seu funcionamento. Cita-se o *smartphone*, mas não só este sofre constantes atualizações, e sim todos os bens de consumo, sejam duráveis ou perecíveis em curto prazo. O obsoleto não é marcado por anos ou meses, por questão de dias ou horas.

Tudo deve seduzir, nisso se resume as propagandas e slogans de produtos. As roupas para serem vendidas devem ser fotografadas ou filmadas em modelos esbeltos, homens de corpo atlético e mulheres com belas silhuetas. Os aparelhos eletrônicos devem anunciar a vinda de uma nova realidade virtual, variado número de câmeras, tecnologia de ponta e design moderno e original. Não existe mais a possibilidade de uma marca lançar um novo lote do mesmo produto, pois cada nova produção deve ter em si acrescido algo que dê ao comprador a sensação de estar adquirindo algo que lhe dará segurança e momentos de felicidades certos.

Fala-se em diversificação, que na atualidade nada mais é que uma máscara que se coloca sob o produto para que seja mais vendável. O usuário ou comprador de um produto não quer saber mais o valor que terá que gastar para adquirir tal bem, mas tão somente deseja que seu objeto seja o único no mercado. Cada um deseja ter o melhor produto do mercado para mostrar às demais pessoas que tem um poder aquisitivo melhor, e por isso é mais feliz que o que qualquer um do seu círculo de relacionamentos.

Lipovetsky (2009, p.184) argumenta que “a lógica organizacional instalada na esfera das aparências na metade do século XIX difundiu-se, com efeito, para toda esfera dos bens de consumo: por toda parte são instâncias burocráticas especializadas que definem os objetos e as necessidades”. Com isso, vê-se a concordância do filósofo com o exposto neste trabalho de que a renovação precipitadas das coisas e a forçada necessidade de bens é criada como objeto de controle das massas por parte da moda, da tecnologia e de outros setores que manipulam o grande público.

Com isso o indivíduo é levado a imaginar-se feliz quando se vê capaz de manter-se atualizado a ponto de ter as coisas que lhe são desejáveis e que estão, na visão comercial,

no ápice do melhor. A felicidade na moda se dá para o indivíduo que se dispõe em manter seus pertences sempre em conformidade com “o novo”, sem pensar nas consequências de sua busca desenfreada acaba por perder aspectos importantes da vida como a presença de pessoas e de momentos simples que lhe possibilitariam, seguindo a lógica de Sêneca, ser feliz, já que a felicidade estaria em desenvolver bem suas virtudes, o que nada tem a ver com o consumo do último lançamento de uma marca de carros.

3.2 As redes sociais e a felicidade

Não raro veem-se nas redes sociais diversas manifestações que supostamente são de pessoas felizes, são pratos requintados em restaurantes chiquérrimos, ou mesmo momentos de lazer em lugares exóticos, dentre inúmeras outras coisas que passam ao público a sensação de que aquela pessoa – dona do perfil – é muito feliz. Entretanto, é notório que a sociedade vive, como nunca, um período de crise existencial. Diz-se isso pelo fato de que na atualidade o indivíduo precisa saber que está sendo visto pelo outro para que assim sua felicidade ocorra.

A felicidade é, então, inerente à visibilidade, ou melhor, à popularidade que se tem.

O ser humano é movido, conforme já mencionado neste trabalho, pelo número de pessoas que se manifestam concordes com a suas postagens nas redes sociais, seja por meio de um comentário, que não precisa ser nada bem elaborado, mas apenas algumas palavras soltas e sem sentido profundo, seja por meio de uma figurinha ou algo do gênero. Outrossim, as redes sociais tem sido de grande utilidade para a vida humana, uma vez que aproxima as pessoas. Hoje se pode falar com uma pessoa ou acompanhar a sua vida “privada” de qualquer parte do mundo, bastando para isso acessar seus dados na rede, acessando suas fotos, vídeos, ou mesmo realizando uma conversa instantânea por voz, vídeo ou texto. Essa facilidade de comunicação é ambígua, já que ao mesmo tempo em que une amigos, possibilita que pessoas se exponham ao ponto de ficarem vulneráveis e de terem grandes prejuízos, que são muito comuns, por exemplo, na vida sexual, surgindo os famosos *nudes*⁴ ou situações embaraçosas diversas.

3.3 Algumas consequências/resultados da busca pela felicidade

Entre as inúmeras consequências da difusão midiática de uma felicidade fácil, é interessante lembrar o ensinamento de Giovanni Sartori (1998, p.11) que assim escreveu: “[...] centraremos nossa atenção na televisão, e a tese de fundo é que o vídeo está transformando o *homo sapiens*, produto da cultura escrita, em um *homo videns* para o qual a palavra está destronada pela linguagem”.⁵ Sartori consegue numa simples expressão abarcar toda a evolução da sociedade. O homem que antes era movido pela busca do

4 *Nudes*: Trata-se de imagens de cunho sexual, onde a pessoa envia uma fotografia, sua ou de outrem, exibindo o corpo ou partes dele, especialmente as regiões genitálias, para tentar seduzir ou expor alguém. É uma prática que tem se tornado bastante comum entre os jovens. (Definição livre)

5 Tradução livre do original consultado em língua espanhola.

conhecimento, aquilo que nos antigos filósofos entendia como “amor à sabedoria”, hoje está perdendo seu lugar. O amor agora é dispensado às coisas efêmeras, e, muitas vezes, às coisas vazias de qualquer significado real.

Importante notar que a sociedade está submersa numa realidade onde seres humanos, desde tenra idade, são submetidos ao uso de aparelhos eletrônicos, ao ponto que não sabem ainda ler ou discernir sobre possíveis males e já dominam de forma extraordinário o uso de aparelhos tecnológicos. Sartori escreve numa época em que ainda não existiam smartphones e assemelhados, mas já se via a Televisão como uma grande controladora da mente humana. Sartori (1998, p.11-12) prossegue sua obra afirmando que na sociedade atual é visível que a sociedade “se apoia sobre os frágeis ombros do <<menino-vídeo>>: um novíssimo exemplar de ser humano educado no tele-ver – diante de um televisor – inclusive antes de saber ler e escrever.”⁶

Outra consequência da busca pela felicidade nos bens consumíveis – ou numa aceção mais religiosa, não eternos ou passageiros – é que o homem acaba por perder sua capacidade de abstração. Se se perde a capacidade de abstração, perde-se inevitavelmente a capacidade de entender o que se vê. A humanidade com a televisão, e agora, muito mais com os *notebooks* e *smartphones* tem perdido a capacidade de reflexão. As imagens são mais difundidas que nunca, e cada dia lê-se menos, a cultura tem se perdido por contas das inúmeras *selfies* feitas, em substituição aos livros que antes eram lidos e meditados com os amigos. Nesse sentido Giovanni Sartori disserta:

Assim, pois, em síntese, todo o saber do homo sapiens se desenvolve na esfera do *mundus intelligibilis* (de conceitos e concepções mentais) que não é de modo o *mundus sensibilis*, o mundo percebido por nossos sentidos. E a questão é esta: a televisão inverte a evolução do sensível em inteligível e o converte no *ictu oculi*, num regresso ao puro e simples ato de ver. A televisão produz imagens e anula os conceitos, e deste modo atrofia nossa capacidade de abstração e com ela toda nossa capacidade de entender (SARTORI, 1998, p.47)

Muitas são as obras que trata direta ou como pano de fundo, a questão da felicidade. Cabe mencionar a obra de Freud que trata de forma sublime as consequências da busca pela felicidade nos parâmetros de hoje. O pai da psicanálise assim escreve:

Na massa, opina Le Bon, apagam-se as aquisições dos indivíduos, e com isso desaparecem suas singularidades. O inconsciente radical vem ao primeiro plano, o heterogêneo se perde no homogêneo. Diríamos que a superestrutura psíquica, que se desenvolveu de maneira tão diversa nos indivíduos, é removida, enfraquecida, e o fundamento inconsciente, semelhante em todos eles, setorna visível (ativo) (FREUD, 2013, p.40-41).

No trecho acima tem-se uma grande contribuição para entender como ocorre o processo de alienação produzida como ocorre o processo de alienação produzida nos

⁶ Idem

homens por meio de produtos e bens de consumo (inclusos aqui as redes sociais e os demais meios de comunicação de massa). A perda da singularidade é o que colabora para a massificação do consumo. Freud prossegue afirmando que o indivíduo perde suas características próprias e passam a possuir qualidades “que são inteiramente contrárias às do indivíduo isolado”. E para explicar este fenômeno de sugestibilidade – ou alienação como este texto vem tratando – Sigmund Freud afirma:

Para compreender esse fenômeno cabe ter presentes certas descobertas recentes da fisiologia. Sabemos agora que, mediante procedimentos variados, um ser humano pode ser colocado num estado tal que, depois de perder sua inteira personalidade consciente, obedeça a todas as sugestões daquele que o privou dela e cometa os atos mais contrários ao seu caráter e aos seus hábitos. (FREUD, 1996, 69)

Fica evidente que a mídia, e os demais meio de comunicação de massa, bem como as empresas de consumíveis sabendo da natureza mutável da mente humana, trabalham fortemente para induzir cada dia mais pessoas a pensarem que os produtos ou serviços que elas (empresas) oferecem são essenciais, ou mesmo necessários para a sobrevivência. Isto é tão evidente na atualidade que o ser humano nem sequer tem percebido o que lhe é necessário ou o que é dispensável para sua sobrevivência.

4 | A FELICIDADE PENSADA A PARTIR DE SÊNECA

Sêneca (2005, p.27) ao abordar especificamente o tema da felicidade afirma que “uma vida feliz é a que está em conformidade com sua natureza e isso só pode acontecer se, antes de mais nada, a alma está sã e em perfeito estado de saúde.” Isso faz lembrar a concepção de felicidade que também Aristóteles tinha, onde o homem precisava dos já mencionados três bens (os do corpo, da alma e os bens exteriores) para ser feliz. Vê-se que a felicidade então na obra de Sêneca é possível já em vida, uma vez que depende da saúde do corpo, fato que seria ao menos ignóbil se fosse alcançada somente após a morte ou numa “outra vida”, dependendo de tal fator.

O Filósofo prossegue (2005, p.27) esclarecendo que a alma deve ainda ser “corajosa e veemente, e, mais ainda, muito bela e paciente, pronta para tudo o que vier, cuidadosa, sem ansiedade, com seu corpo e tudo o que lhe diz respeito”. É importante ter em mente que a beleza e a paciência são virtudes que devem ser constantemente trabalhadas sob pena de poderem definharem. As virtudes são na alma semelhantes aos músculos do corpo, que se não estimulados não permanecem como eram, mas pelo contrário podem, e normalmente o vão, definharem.

Sem dúvidas a alma que busca a felicidade deve ainda ser “engenhosa em conseguir outras coisas que tornam a vida melhor, sem admirar nenhuma delas, disposta a fazer uso dos dons da fortuna, mas sem se deixar escravizar por eles” (SÊNECA, 2005, p. 27). Isso significa que a alma o indivíduo pode livremente possuir bens, entretanto não pode se

deixar envolver por quaisquer riquezas materiais que lhe afastem de seu objeto virtuoso final. O homem deve lutar e usar tudo que tiver disponível para ser mais feliz, sempre evitando o apego às coisas. Esse preceito além de ser usado por Sêneca é muito comum nas religiões, na qual se destaca o cristianismo em que, grosso modo, equivaleria ao “voto de pobreza”.

5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Buscar a felicidade nos meios de comunicação de massa, ou especificamente, nas relações de consumo – entendidas neste trabalho como toda e qualquer relação que envolva um consumidor e um produto, seja este produto algo palpável, seja uma oferta de uma *second life*⁷ – mostrou-se durante este trabalho não como algo digno de aplausos, mas, pelo contrário, aparece como algo que o indivíduo deve pensar acerca, para não tornar-se produto na relação na qual versaria ele como consumidor, como ocorre nas redes sociais, em que pessoas tomam o produto (Instagram, Facebook, etc.) e posteriormente está tão ligada aos ditames da rede que não mais consegue usar do seu senso crítico e de sua capacidade de discernir entre o real e o virtual.

A partir do momento em que o indivíduo deixa de pensar por si mesmo, e passa a permitir que a massa influencie suas escolhas, de forma que, superficialmente, aparente que ela (massa) fez a escolha e não mais o sujeito, ele se deixa influenciar e perde grande parte de sua capacidade de crítica. O indivíduo do século XXI pensa especialmente por meio de imagens, e isso lhe dá uma capacidade de imaginação ainda maior, podendo por vezes perder a noção da realidade em que está inserido e passando a viver numa sociedade alternativa, onde sua vida é somente composta de coisas boas, livre de decepções e de problemas. Cria-se uma ideia de mundo perfeito, onde as pessoas passam a cada vez mais produzir imagens de que suas vidas são exemplares, escondendo dos outros indivíduos o que realmente são suas vidas.

Resta evidente que a sociedade hipermoderna, como Lipovetsky prefere chamar – tendo em vista a significação do prefixo “hiper” que traz a ideia de um exagero dos valores e sentimentos da era moderna, e não uma quebra com o estabelecido neste período (modernidade) – é marcada pela cultura do excesso, pelo efêmero nas relações interpessoais e de consumo, onde cada ser humano busca a satisfação dos próprios desejos, mesmo sem ter a consciência de que os desejos que buscam saciar não são legitimamente seus, mas que foram postos em cada indivíduo por um sistema que a cada dia busca criar pessoas mais alienadas e menos independentes.

Também se evidencie o fato de que este trabalho, por sua dimensão, não buscou

⁷ A expressão inglesa *Second life* se refere literalmente a uma segunda vida. Trata-se de um jogo, onde o participante pode escolher suas características físicas, bem como pode moldar seu caráter conforme melhor lhe aprovar. Neste texto ele foi usada analogamente para dizer de situações em que pessoas se fazem parecer diferentes para impressionar seus amigos ou seguidores nas redes sociais. (Definição livre)

realizar um convencimento de que a felicidade deve ser buscada em coisas diversas aos bens consumíveis ou à vida virtual, mas serve de alerta para que cada um dos leitores possam, a partir de uma leitura crítica da sociedade e de suas próprias vidas, compreender a complexidade da vida pós-moderna (ou hipermoderna), onde o conhecimento acerca das coisas é cada vez mais fluido e a cada momento surge uma tecnologia nova para alienar ou beneficiar a vida do indivíduo. Cabe a cada leitor o papel de discernir sobre o que realmente lhe pode dar felicidade, apegando-se a ideia de que os bens consumíveis estão em tão rápida evolução que lhe será impossível ser feliz se pautar sua vida somente sobre coisas materiais.

É preciso compreender o que a Psicologia, a Filosofia e a Sociologia vem evidenciando a tempos, a felicidade não é somente um ponto de chegada, pois se o fosse, ao alcançá-lo o homem se veria sem expectativas e sem motivações para prosseguir. Mas ela é um caminho a ser percorrido de forma sóbria e consciente do que se quer e de onde se pretende chegar.

REFERÊNCIAS

ABBAGNANO, Nicola. **Dicionário de Filosofia**. 5 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

ARISTÓTELES, *Ética a Nicômaco*. Trad. Leonel Vallandro e Gred Bornheim. Os Pensadores; Nova Cultural, São Paulo; 1987.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1995.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Trad. Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

_____. **Vida em Fragmentos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2011.

_____. **Vida Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

_____. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadorias. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

EPICURO. **Carta sobre a Felicidade**: (a Meneceu). Trad. Álvaro Lorencini e Enzo Del Carratore. São Paulo: Editora Unesp, 2002.

Foucault, Michel. **Microfísica do Poder**. Org. Roberto Machado. 15. ed. Rio de Janeiro: Edições Graal, 2000.

FREUD, Sigmund. Além do princípio de prazer. **Edição Standard Brasileira das Obras Completas de Sigmund Freud**. Rio de Janeiro: Imago, 1996.(v. XVIII)

_____. Esboço de psicanálise. **Edição Standard Brasileira das Obras Completas de Sigmund Freud**. Rio de Janeiro: Imago, 1996. (v. XVIII)

_____. O mal-estar na civilização. **Edição Standard Brasileira das Obras Completas de Sigmund Freud**. Rio de Janeiro: Imago, 1996. (v. XXI)

_____. **Psicologia das massas e análise do eu**. Trad. Renato Zwick. Porto Alegre: L&PM Editores, 2013.

_____. Um distúrbio de memória na acrópole. **Edição Standard Brasileira das Obras Completas de Sigmund Freud**. Rio de Janeiro: Imago, 1996. (v.XXII)

FROMM, Erich. **O espírito de liberdade**. Trad. Waltensir Dutra. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1970.

_____. **O espírito de liberdade**. Trad. Octávio Alves Velho. 14. ed. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 1983.

HORKHEIMER, Max. **Eclipse da razão**. 7. ed. São Paulo: Centauro, 2007.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. Trad. Maria Lucia Machado. 1.ed. 4 reimp. São Paulo: Companhia de Bolso, 2009.

_____. **A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

_____. **Eros e Civilização: uma interpretação Filosófica do Pensamento de Freud**. Trad. Álvaro Cabral. 8. ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1981.

MARQUES, Heitor Romero *et. al.* **Metodologia da pesquisa e do trabalho científico**. 5. ed. rev. e atual. Campo Grande: UCDB, 2017.

PLATÃO. **Górgias**. Trad. Manuel de Oliveira Pulquério. Edições 70. Lisboa, 2010.

RUSSEEL, Bertrand. **A conquista da felicidade** Trad. Luiz Guerra. 5.ed. São Paulo: Editora Unesp, 2017.

SÊNECA, Lucius Annaeus. **As relações humanas: a amizade, os livros, a filosofia, o sábio e a atitude perante a morte**. Trad. Renata Maria Parreira Cordeiro. São Paulo: Landy, 2002.

_____. **Cartas consolatórias**. Trad. Cleonice Furtado Mendonça Van Rajj. Campinas, SP: Pontes, 1992.

_____. **Sobre a vida feliz**. Trad. João Teodoro d'Olim Marote, edição bilingue. São Paulo: Nova Alexandria, 2005.

_____. **Sobre os enganos do mundo**. Trad. rev. Mariana Sérvulo da Cunha. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2011.

SARTORI, Giovanni. **Homo Videns: La sociedad teledirigida**. Buenos Aires: Taurus, 1998.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Alma 6, 19, 20, 21, 22, 65, 71, 72, 85, 86, 87, 91

C

Ciência 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 28, 33, 46, 50, 54, 69, 72, 97

Conhecimento 5, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 32, 35, 37, 41, 44, 69, 70, 73, 75, 76, 90, 93, 97, 99

Consciência 6, 19, 20, 24, 25, 26, 27, 33, 39, 45, 61, 65, 66, 67, 69, 72, 76, 77, 80, 84, 92

D

Descartes 5, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 19, 20, 21, 23

Direitos Humanos 6, 8, 10, 11, 15, 16, 18, 61, 98

Dúvida 6, 1, 2, 3, 4, 5, 7, 40

E

Estética 7, 64, 66, 70, 73, 78, 79, 102, 103, 106

Estético 6, 64, 66, 67, 68, 71, 78, 79

Ética 7, 16, 34, 64, 66, 69, 70, 82, 86, 93, 95, 97, 99, 100, 101, 102, 103, 106, 110

Ético 6, 15, 55, 64, 66, 68, 69, 71

Existencialismo 11, 16, 64, 72

F

Felicidade 5, 7, 68, 69, 70, 71, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94

Filosofia 2, 5, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 28, 33, 34, 41, 43, 44, 46, 47, 48, 49, 50, 52, 53, 54, 55, 60, 62, 63, 64, 65, 66, 71, 72, 73, 79, 81, 82, 83, 84, 93, 94, 101, 115

Filosofia do consumo 81

G

Gramsci 5, 6, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63

H

Hermetismo 34

I

Igualdade 5, 8, 10, 13, 14, 16, 55

J

Jogo da imitação 24, 25, 32, 33

L

Lei natural 5, 7, 95, 96, 97, 98, 99, 100

M

Máquina 6, 24, 26, 27, 28, 31, 32, 84

Máquina digital 24

Mente 5, 6, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 28, 33, 43, 75, 76, 90, 91, 103, 105, 108, 109, 112

Metafísica 5, 7, 65, 95, 97, 99, 100

Migrações 8

Moral 5, 7, 6, 15, 16, 17, 38, 52, 53, 55, 59, 60, 62, 63, 68, 69, 70, 73, 75, 78, 79, 80, 88, 95, 96, 97, 100, 101

P

Pluralidade 8, 9, 14, 15, 16

Política 5, 9, 11, 13, 18, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 61, 62, 63, 100, 108

R

Razão Prática 95, 96, 97, 98, 99, 100

Relações de consumo 5, 7, 81, 82, 83, 85, 92

Religioso 6, 5, 64, 66, 68, 70, 71, 86

T

Tarot 5, 34, 35, 40, 41, 42, 44, 45, 48, 49, 51

V

Verdade 7, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 38, 46, 47, 49, 65, 66, 70, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 80, 82, 85, 86, 97, 99

Vida 2, 6, 9, 10, 12, 15, 35, 37, 39, 40, 42, 48, 49, 59, 61, 64, 65, 67, 68, 69, 70, 71, 73, 74, 75, 77, 78, 79, 80, 81, 83, 84, 85, 87, 88, 89, 91, 92, 93, 94, 96, 102, 103, 109, 110, 111, 112, 113



*Aportes
Éticos e
Estéticos em
Filosofia*

2

www.atenaeditora.com.br



contato@atenaeditora.com.br



[@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora)




www.facebook.com/atenaeditora.com.br



Atena
Editora

Ano 2021



*Aportes
Éticos e
Estéticos em
Filosofia
2*

www.atenaeditora.com.br 

contato@atenaeditora.com.br 

[@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora) 

www.facebook.com/atenaeditora.com.br 

Atena
Editora

Ano 2021