

**IMAGEM, ARTE, FELICIDADE: CONEXÕES E DISTANCIAMENTOS NAS
PRODUÇÕES ACADÊMICAS BRASILEIRAS**

**IMAGE, ART, HAPPINESS: CONNECTIONS AND DISTANCES IN
BRAZILIAN ACADEMIC PRODUCTIONS**

Denise Aparecida Ramiro Lombardi
Universidade Estadual do Paraná
psdeniseramiro@gmail.com

Meire Aparecida Lóde-Nunes
Universidade Estadual do Paraná
meire.lode@unespar.edu.br

DOI: 10.33872/rebesde.dossie.v1n1.e004

CONTATO

Denise Aparecida Ramiro Lombardi
psdeniseramiro@gmail.com

Resumo: As narrativas visuais de felicidade promovidas por influenciadores digitais brasileiros nas redes sociais impactam na percepção e nos comportamentos de seus seguidores. Os padrões de felicidade são propagados por meio de imagens e linguagens artísticas variadas que contribuem para a idealizações inatingíveis. Com o propósito de verificar como os estudos acadêmicos brasileiros estão abordando a relação entre imagem, arte e felicidade, desenvolvemos essa pesquisa de levantamento bibliográfico e caráter qualitativo. O levantamento foi realizado nas plataformas BDTD; Capes e Google Acadêmico no período de agosto a 30 de setembro de 2024. A delimitação temporal estabelecemos de 2020 a 2024 e os termos de busca foram: imagem e felicidade; e arte e felicidade. E os resultados evidenciaram que os indivíduos estão pautados nas demandas externas a eles ao que realmente almejam.

Palavras-chave: Imagem. Arte. Felicidade. Produções Acadêmicas.

Abstract: The visual narratives of happiness promoted by Brazilian digital influencers on social networks impact the perception and behaviors of their followers. Standards of happiness are propagated through images and varied artistic languages that contribute to unattainable idealizations. With the purpose of verifying how Brazilian academic studies are approaching the relationship between image, art and happiness, we developed this qualitative bibliographic research. The survey was carried out on BDTD platforms; Capes and Google Scholar in the period from August to September 30, 2024. The temporal delimitation was established from 2020 to 2024 and the search terms were: image and happiness; and art and happiness. And the results showed that individuals are guided by demands external to what they really want



I Encontro Internacional de Educação, Imagens e Estudos Corporais

11 Encontro Anual do IEC: Corpo, formação humana e imagens

Keywords: Image. Art. Happiness. Academic Productions.



1. INTRODUÇÃO

As narrativas visuais de felicidade promovidas por influenciadores digitais brasileiros nas redes sociais impactam na percepção e nos comportamentos de seus seguidores. Os padrões de felicidade são propagados por meio de imagens e linguagens artísticas variadas que contribuem para a idealizações inatingíveis.

Venturini *et al* (2020) explica que as relações entre formação, imagem e o corpo assumem novas formas e significados, destacando a importância das imagens na sociedade pós-moderna. Elas desempenham um papel que vai além da simples representação do real, envolvem a imaginação tanto do criador quanto do observador. Essas imagens interpretam e filtram o mundo com um olhar específico, sempre condicionado pelo contexto e pelas intenções do autor. Quando olhamos uma imagem, levamos conosco um modo particular de enxergá-la, um modo de ver sugestionado tanto pela nossa cultura quanto pela nossa individualidade. Embora cada imagem seja pensada para gerar uma experiência visual específica, cada pessoa reage a ela de forma única, o que evidencia o caráter subjetivo dessa interação. A imagem não apenas passa pelo olhar; ela desperta memórias, sentimentos e interpretações próprias no espectador, fazendo parte de nosso aprendizado e percepção do mundo (Venturini *et al*, 2020).

Assim sendo, as imagens não são apenas vistas, mas atuam como orientadoras do comportamento e das aspirações pessoais, como a busca pela felicidade. Nascimento (2024) destaca que as redes sociais propagam discursos de positividade e liberdade, mostrando vidas idealizadas e sucessos sem limitações. Isso cria uma imagem irreal da realidade, dificultando a aceitação de experiências negativas. A exposição constante a essas imagens aumenta a pressão por eficácia e otimismo, levando à sensação de inadequação e exaustão. Além disso, a busca por desempenho e felicidade está ligada ao consumo de bens e serviços que prometem melhorar habilidades e bem-estar. Redes sociais funcionam como vitrines desses produtos, incentivando o consumo para alcançar padrões idealizados.



A mesma autora justifica que a sociedade contemporânea, centrada na produtividade e no consumo, gera um ciclo de pressões sociais e insatisfação individual, o que pode acarretar sérios problemas de saúde mental. Este ambiente valoriza a eficiência em detrimento do equilíbrio e do bem-estar genuíno, impondo novas exigências relacionadas à produtividade e à busca incessante por eficiência. Essa dinâmica tem contribuído negativamente para a saúde mental, promovendo transtornos de personalidade. Nessas circunstâncias, os indivíduos são pressionados a desenvolver múltiplas habilidades e a perseguir um ideal de felicidade plena.

Na linha dessa análise, Flach e Souza (2024) discutem que a constante comparação entre os indivíduos tem enfraquecido a aceitação do incomum ou diferente. Esse fenômeno é alimentado por uma lógica consumista que nivela as diferenças, transformando tudo – inclusive o corpo humano – em objetos de consumo. Na sociedade atual, os corpos são frequentemente tratados como mercadorias, expostos e utilizados como se fossem produtos ajustáveis aos padrões impostos.

Tais autores criticam essa dinâmica, argumentando que a alienação elimina a singularidade e a alteridade, ou seja, as características que tornam cada indivíduo único. Em seu lugar, emerge um desejo incessante de comparação, criando uma homogeneização que suprime a essência e a diversidade humanas. Tudo o que é raro, único ou não enquadrável nos moldes do mercado perde valor, sendo adaptado para atender às demandas de um sistema que prioriza o padronizado.

Essa normatização esvazia o potencial criativo e transformador da diferença e também contribui para um estado de insatisfação coletiva. Na busca por corresponder às expectativas da sociedade, os indivíduos se distanciam de sua autenticidade, perpetuando um ciclo que reforça a infelicidade e desconexão consigo mesmos e com os outros. Nesse cenário, a riqueza da diversidade humana é sacrificada em nome de uma conformidade que reduz a complexidade do ser humano a uma mercadoria facilmente substituível (Flach; Souza, 2024).



Diante do exposto, o objetivo dessa pesquisa é analisar como os estudos acadêmicos brasileiros têm abordado as inter-relações entre imagem, arte e felicidade, em particular no contexto das narrativas visuais de felicidade promovidas por influenciadores digitais nas redes sociais.

2. METODOLOGIA

Esta pesquisa de natureza bibliográfica e abordagem qualitativa foi concebida por meio de um levantamento bibliográfico nas plataformas BDTD, Portal de Periódicos da Capes e Google Acadêmico, no período de agosto a setembro de 2024. Os critérios de busca foram definidos para abarcar produções acadêmicas publicadas a partir de 2020, com base nos seguintes descritores: “imagem e felicidade” e “arte e felicidade”.

O processo inicial de busca resultou em um total de 30.184 registros, evidenciando a amplitude do tema no campo acadêmico. No entanto, após a aplicação de critérios de inclusão – que privilegiaram publicações alinhadas ao objetivo do estudo e de acesso completo – foram selecionados 55 documentos pertinentes. Desses, 29 investigaram a conexão entre imagem e felicidade, enquanto 26 exploraram a interseção entre arte e felicidade.

3. DESENVOLVIMENTO

3.1 Apresentação dos achados

O objetivo desta seção é apresentar os dados coletados durante a pesquisa. Com a pesquisa dos termos imagem e felicidade no repositório Google Acadêmico foram achados 14.800 resultados. Após a leitura dos títulos e dos resumos, foram selecionados nesse repositório 13 artigos. No repositório BDTD foram encontrados 44 resultados. Após a leitura dos títulos e resumos foram selecionados 11 artigos. No repositório Capes



foram achados 58 resultados, após a leitura dos títulos e resumos foram selecionados 6 resultados.

A pesquisa com os termos arte e felicidade no repositório Google Acadêmico foram achados 15. 100 resultados. Após a leitura dos títulos e dos resumos foram selecionados nesse repositório 8 artigos. No repositório BDTD foram encontrados 39 resultados. Após a leitura dos títulos e resumos foram selecionados 6 artigos. No repositório Capes foram achados 143 resultados. após a leitura dos títulos e resumos foram selecionados 13 resultados.

Após leitura flutuante dos textos foram selecionados 13 com os termos "Imagem e Felicidade" e 16 com os termos "Arte e Felicidade".

Quadro 1 – Resultado geral do levantamento

Repositório	Termos pesquisados	Resultados encontrados	Selecionado
Google acadêmico	Imagem e felicidade	14 800	13
BDTD	Imagem e felicidade	44	11
CAPEL	Imagem e felicidade	58	6
Google acadêmico	Arte e felicidade	15. 100	8
BDTD	Arte e felicidade	39	6
CAPEL	Arte e felicidade	143	13
	CORPUS DE ANÁLISE	30.184	55

Fonte: Elaborado pelas autoras

O estudo do corpus documental foi realizado por meio da técnica de investigação de conteúdo, para identificar e interpretar as representações sociais relacionadas aos



termos de busca "imagem e felicidade" e "arte e felicidade". A seleção do material de revisão considerou obras visuais e textuais que abordem a temática da felicidade, estabelecendo um diálogo entre diferentes formas de expressão artística e suas possíveis relações com o conceito de bem-estar. O diagnóstico foi em duas etapas: (1) identificação e categorização das unidades de sentido presentes no material, buscando compreender como os termos de busca são representados; e (2) interpretação dos resultados à luz da literatura sobre felicidade, arte e cultura visual, buscando estabelecer possíveis relações entre as diferentes formas de expressão e as representações sociais sobre a temática. Os quais serão apresentados na sequência.

3.1 Imagem e Felicidade

O quadro 2 apresenta uma análise da relação entre imagem e felicidade, explorando como diferentes elementos visuais podem influenciar a percepção e experiência de felicidade. Através da análise de obras de arte, fotografias e outras formas de expressão visual, o quadro busca identificar padrões e tendências na representação da felicidade, revelando como a cultura visual molda a nossa compreensão e busca pela felicidade.

Quadro 02: Corpus de análise - Imagem e Felicidade

	Autor	Título	Ano
1	Ivana V. Venturini Myllena C. Oliveira Paula Silva	Musas fitness e a tríade corpo-consumo-felicidade	2020
2	Joana Dourado França de Souza Edvaldo Souza Couto	Felicidade em gif: pedagogias dos minivídeos em loop no instagram stories	2020
3	Sabrina Fernanda Romanssini Helenice de Moura Scortegagna Nadir Antonio Pichler	Estética e felicidade na percepção de idosas usuárias de produtos de beleza	2020



4	Míriam Cristina Carlos Silva, Paulo Celso da Silva	Mídias, mudanças e contradições no mundo do trabalho: a apropriação local da campanha mundial da Coca-Cola 'Abra a Felicidade'	2020
5	Adrielle Cristine de Freitas Batista	Mulher e cerveja em campanha publicitária: qual o consumo?	2020
6	Cláudio Oliveira da Gama, Gláucio Oliveira da Gama, Valéria Nascimento Lebeis Pires, Elvira M. G. de Seixas Maciel	Corpo, identidade e imagem corporal: uma revisão narrativa	2021
7	Cristina Pilla Della Mea Hannah Lupato Silva	Uso de rede sociais e autoimagem em adolescentes: uma revisão narrativa	2023
8	Carolina Pinheiro Barros Walkiria Guedert Mendes	A imagem da felicidade nas redes sociais: do potencial sensível ao capitalista	2023
9	Fernanda Luzia Lunkes Silmara Dela Silva	A felicidade no discurso midiático: uma análise discursiva	2023
10	Jully Caroline S. Nascimento	O desenvolvimento da sociedade de desempenho e consumismo: novas e permanentes formas de coerções de produtividade na era contemporânea	2024
11	Paulo Nogueira	Mística como espelhamento de si no além-mundo: a narrativa visionária do Martírio de Perpétua e Felicidade	2024
12	Sidnei Luiz Flach Viviani Dias Barradas de Souza	A literatura como reflexão em relação ao dualismo essência x aparência na modernidade líquida: uma proposta para o ensino médio	2024
13	Maria Raquel da Cruz Duran, Maria Renata da Cruz Duran	Identidade, autoimagem e felicidade no mundo virtual	2024

Fonte: elaborado pelas autoras

A análise dos textos revelou a necessidade de agrupá-los em categorias temáticas, a fim de facilitar a compreensão das intrincadas relações entre felicidade e os diversos aspectos da vida contemporânea. A análise de conteúdo, conduzida de forma rigorosa,



evidenciou a recorrência de três temas centrais: Felicidade e Redes Sociais, Felicidade e Consumo e Felicidade e Identidade.

A identificação dessas categorias não se deu de maneira arbitrária, mas sim a partir da observação de elementos recorrentes nos textos, como a centralidade da imagem do corpo físico jovem, especialmente o feminino, a idealização de férias e bens materiais como sinônimo de felicidade e a busca por status social por meio do consumo. O Quadro 3 apresenta uma síntese detalhada dessas categorias temáticas, ilustrando como diferentes elementos visuais e textuais se interligam na construção do discurso sobre a felicidade.

Quadro 3: Categorização do corpus de análise Imagem e Felicidade

Grupos	Categoria	Artigos
1	Felicidade e Redes Sociais	1,2,4, 5,7,8,9
2	Felicidade e Consumo	1,3,4,5,10,12
3	Felicidade e Identidade	18,9, 17,26, 28

Fonte: Elaborado pelas autoras

Visando facilitar a absorção do leitor nas discussões propostas, os textos serão apresentados em consonância com as categorias temáticas previamente estabelecidas: "Felicidade e Redes Sociais", "Felicidade e Consumo" e "Felicidade e Identidade". Para cada categoria, será realizada uma síntese concisa dos principais temas explorados nos textos, destacando os pontos de convergência e divergência entre as diferentes perspectivas, bem como a relação com a imagem do corpo físico jovem, a idealização de férias e a busca por status social.

Quadro 4: Grupo 1 - Felicidade e Redes Sociais

1	Realiza uma análise crítica das estratégias adotadas por influenciadoras fitness no Instagram, evidenciando como suas representações visuais constroem uma ligação entre corpo idealizado, consumo e felicidade. O estudo ressalta o papel central das plataformas digitais na produção de celebridades e na normatização de ideais de aparência física, destacando o impacto dessas práticas na construção social de valores e percepções relacionados ao corpo e à felicidade.
---	--



2	Analisa a utilização do formato GIF (Graphics Interchange Format) como uma forma de expressão audiovisual nas redes sociais. Os usuários criam GIFs personalizados a partir de cenas cotidianas registradas intencionalmente, transformando momentos de suas vidas em vídeos curtos e repetitivos que são exibidos por até 24 horas nos stories do Instagram antes de serem apagados. O estudo interpreta esses GIFs como uma forma de videoarte, explorando como novas tecnologias reconfiguram práticas de representação e consumo visual, associando a efemeridade dos conteúdos à experiência digital da felicidade e à estética contemporânea.
4	Explora criticamente como a imagem de felicidade promovida pela Coca-Cola foi ressignificada em Sorocaba para questionar relações laborais no contexto de demissões na Sorocaba Refrescos. A pesquisa demonstra como imagens publicitárias originalmente concebidas para reforçar uma marca e um estilo de vida positivo foram transformadas em ferramentas de crítica social, destacando questões éticas e dinâmicas de poder entre empregadores e empregados.
5	Analisa criticamente a histórica objetificação da mulher em publicidades de bebidas alcoólicas, onde sua imagem era usada de forma apelativa para reforçar padrões estéticos e associar felicidade ao prazer sexual. E ressalta a importância de discutir criticamente essas mensagens nos ambientes educacionais, promovendo reflexões sobre os impactos sociais da publicidade na construção da imagem da mulher.
7	analisa como a autoimagem projetada no ciberespaço é moldada por estereótipos culturais e padrões valorizados por grupos sociais. As publicações frequentemente buscam transmitir um bem-estar simbólico associado a atributos como beleza, sofisticação e luxo, reforçando ideais culturais por meio da representação digital.
8	Traz uma análise da felicidade nas redes sociais, particularmente no Instagram, abordando aspectos estéticos, morais, ideológicos e socioculturais. Ao focar em dois prints distintos, a pesquisa demonstra como as redes sociais atuam como arenas para debates e confessionários de subjetividade moral. A investigação revela que as redes sociais não são apenas plataformas de comunicação, mas também espaços onde a identidade e os valores pessoais são constantemente negociados e exibidos. As imagens, nesse contexto, desempenham um papel crucial, servindo como veículos para a manifestação de felicidade e influenciando a percepção dos indivíduos sobre si mesmos e os outros.
9	A mídia e a ciência representam a felicidade como um produto da "química da felicidade", simplificando-a e associando-a a descobertas científicas e mecanismos cerebrais. Essa abordagem reducionista ignora a complexidade da felicidade, desconsiderando fatores sociais, culturais e individuais. Ao prometer soluções fáceis e rápidas, a mídia alimenta a esperança de que a felicidade pode ser alcançada por meio de produtos, serviços ou "fórmulas mágicas", incentivando o consumo e a busca por soluções simplistas para um problema complexo. Essa representação da felicidade como algo controlável e acessível através da ciência e do consumo desvia a atenção da importância de outros fatores, como relacionamentos significativos, propósito de vida e bem-estar emocional.

Fonte: Elaborado pelas autoras



As imagens, especialmente nas redes sociais, exercem um papel significativo na construção social da felicidade. Frequentemente associadas ao consumo, beleza física e sucesso social, essas imagens podem criar um padrão idealizado de felicidade, levando à frustração e insatisfação. Os estudos demonstram que a imagem é uma ferramenta de poder, utilizada para promover marcas, produtos e reforçar estereótipos. É relevante avaliar criticamente essas imagens, questionando os valores que transmitem e seus impactos na percepção da felicidade e autoestima. Ao compreender essa relação entre imagem e felicidade, podemos adotar uma postura mais consciente em relação ao conteúdo consumido, buscando uma visão mais autêntica e individualizada de felicidade, que vá além dos padrões impostos pela mídia e publicidade.

Em outras palavras, as pesquisas nos ajudam a refletir sobre como as imagens que vemos nas redes sociais podem influenciar a nossa percepção de felicidade. Muitas vezes, essas imagens nos mostram um padrão de felicidade baseado em coisas como consumo, beleza e sucesso, o que pode nos levar a sentir que a nossa própria vida não é boa o suficiente. No entanto, é importante lembrar que essas imagens são apenas representações da realidade, e que a verdadeira felicidade pode ser encontrada em coisas muito mais simples e autênticas. Ao desenvolvermos um olhar crítico sobre as imagens que consumimos, podemos construir uma visão de felicidade mais individualizada e que nos faça mais felizes de verdade. Tal conceito é revisado na categoria Felicidade e Consumo, na qual foram inseridos 12 artigos os quais podem ser verificados no quadro 05.

Quadro 5: Grupo 2 - Felicidade e Consumo

1	É realizada análise através das imagens performáticas, como exemplo: as Musas Fitness alimentam a obsessão por um cotidiano irretocável, sugerindo que o consumo dos produtos anunciados é o caminho para alcançar o festejado estilo de vida que promovem. Essas imagens são cuidadosamente elaboradas para exibir corpos perfeitos e momentos de felicidade, vinculando consumo e bem-estar.
3	Oferece uma perspectiva sobre como a percepção de estética e felicidade evolui entre idosas usuárias de produtos de beleza. As participantes do estudo destacam que, embora a estética exterior—cuidados corporais, faciais e capilares—contribua para a inserção social e o bem-estar, a beleza interior é considerada mais significativa para a felicidade duradoura. O conceito de beleza interior, que inclui autoconhecimento,



	domínio de si, e realização pessoal e social, emerge como uma fonte fundamental de bem-estar subjetivo.
4	Discute o poder das imagens publicitárias, que tem por princípio o consumo, nas representações visuais na comunicação social. A análise de cartazes, informativos e vídeos mostra a versatilidade dessas imagens e como elas podem transcender seu propósito inicial para abordar temas éticos e relacionais
5	Confirma que, historicamente, campanhas publicitárias de bebidas alcoólicas foram direcionadas ao público masculino, utilizando a imagem da mulher de maneira apelativa e supervalorizando determinados padrões estéticos. As mulheres eram frequentemente compreendidas como produtos a serem consumidos, semelhante à própria cerveja. Com o advento de movimentos sociais femininos, houve uma pressão para que as campanhas publicitárias mudassem seu posicionamento em relação à representação feminina. Isso gerou uma mudança significativa na forma como o gênero feminino é retratado nas publicidades.
10	Trata do desenvolvimento da sociedade e o consumismo, destacando como essas novas formas de coerção de produtividade impactam a era contemporânea. Na sociedade atual, a pressão para ser constantemente produtivo e eficiente pode levar a transtornos psíquicos, como depressão, Transtorno de Déficit de Atenção e Hiperatividade e síndrome de burnout. Esses transtornos são fruto de uma "sociedade do cansaço", onde os indivíduos são incentivados a desenvolver múltiplas capacidades e a buscar uma felicidade plena.
12	Discute como, na cultura contemporânea, a comparação constante entre as pessoas impede a aceitação do atópico (o incomum ou diferente). Esse fenômeno ocorre porque o consumismo tende a eliminar as diferenças e transformar tudo em objetos de consumo. Em outras palavras, na sociedade atual, tudo está sendo nivelado e padronizado para ser consumido, incluindo o corpo humano, que muitas vezes é tratado como uma mercadoria. Esse processo contribui para um estado de infelicidade, onde a verdadeira essência e a diversidade humana são suprimidas em prol de uma homogeneização utilitária.

Fonte: Elaborado pelas autoras

O estudo dos textos do grupo 2 evidenciou a complexa relação entre imagem, felicidade e consumo na sociedade contemporânea. Os manuscritos mostram como a busca pela felicidade é frequentemente associada ao consumo de produtos e serviços, à conformidade com padrões estéticos e à construção de uma identidade socialmente aceita. No entanto, os achados divulgam que a felicidade autêntica pode estar relacionada a valores mais profundos, como o autoconhecimento, a realização pessoal e a aceitação da individualidade. A revisão dos documentos expõe a importância de uma reflexão crítica



sobre o papel da imagem, do consumo e da identidade na busca pela felicidade, e como esses elementos podem ser tanto fontes de bem-estar quanto de frustração e inadequação.

O Quadro 6, centrado na temática "Felicidade e Identidade", demonstra a intrínseca conexão entre a imagem projetada, a identidade individual e a busca pela felicidade no contexto contemporâneo. As redes sociais, conforme prova nos estudos apresentados, emergem como espaços onde a identidade é performada e a felicidade é frequentemente atrelada à validação social e ao reconhecimento através da imagem. A busca por aprovação e o desejo de se encaixar em padrões estéticos e sociais podem influenciar a forma como os indivíduos constroem suas identidades e perseguem a felicidade, evidenciando a complexa dinâmica entre imagem, identidade e bem-estar na era digital.

Quadro 6: Grupo 3 - Felicidade e Identidade

18	Ao focar em dois prints distintos, a pesquisa demonstra como as redes sociais atuam como espaços onde a identidade e os valores pessoais são constantemente exibidos. A pesquisa oferece insights valiosos sobre a complexa dinâmica entre imagem, identidade e felicidade nas redes sociais, ressaltando a necessidade de entender esses fenômenos para melhor compreender o impacto das tecnologias digitais na vida cotidiana
9	Propõe reflexões sobre a valorização do culto ao corpo na construção da identidade e imagem corporal. É uma revisão narrativa que relaciona a busca por saúde e beleza com a formação da identidade corporal, destacando as influências socioculturais e a percepção pessoal. O sujeito constroi sua identidade corporal baseado em suas sensações, sentidos e tomada de consciência, influenciado por fatores externos que moldam a maneira de viver e atribuem felicidade a determinados padrões corporais
17	No artigo a imagem que um indivíduo cria ou imagina sobre ele mesmo reflete na autoimagem, que é o conceito principal da autoestima e está associado a um conhecimento que se tem sobre si mesmo, incluindo suas habilidades, competências, percepções, sentimentos, atitudes e ideias. A imagem de si, que os indivíduos buscam fazer os demais acreditarem existir, é influenciada por aquilo que se deseja representar com determinadas características que são construídas a partir de estereótipos culturais.
26	No contexto dos rituais antigos, os indivíduos eram convidados a se identificar com a narradora, o que lhes permitia viver uma transformação simbólica ao atravessar as fronteiras entre o mundo dos vivos e dos mortos. Isso envolvia uma série de transições e inversões, tanto de gênero quanto de status social e religioso. Em termos de identidade, o texto mostra como a identidade dos indivíduos (neste caso, Perpétua e Felicidade) é moldada por suas experiências e como essas experiências são



	apresentadas e interpretadas pelos outros. Assim, o relato do Martírio de Perpétua e Felicidade mostra como a narrativa e as experiências emocionais podem moldar a identidade, destacando a importância das representações culturais e das práticas rituais na construção e transformação da identidade individual e coletiva.
28	A pesquisa utiliza uma abordagem netnográfica para examinar as relações sociais entre indivíduos, especialmente na formulação da identidade em Weblogs, plataformas onde os usuários compartilham suas experiências e opiniões, e neles, as dinâmicas de sociabilidade entre o público e o privado são representadas e mantidas. Ao analisar os Weblogs, o estudo investiga como as pessoas usam essas plataformas para discutir e reforçar valores sociais. A pesquisa também explora como essas discussões contribuem para a construção de identidade e como a felicidade é representada e perseguida nesses espaços digitais.

Fonte: Elaborado pelas autoras

Os textos exploram a intrincada relação entre imagem, felicidade e identidade, divulgando como a busca pela validação social e a pressão para se adequar a padrões estéticos podem moldar a forma como os indivíduos se percebem e buscam a felicidade. As redes sociais, em particular, emergem como espaços onde a identidade é constantemente construída e performada, com a felicidade sendo frequentemente associada à aceitação e ao reconhecimento.

Contudo, a análise destes declara a importância de outros fatores na construção da identidade e na busca pela felicidade. O culto ao corpo, as narrativas pessoais e as experiências emocionais também desempenham papéis significativos na forma como os indivíduos se definem e buscam a felicidade. Em conjunto, as três categorias destacam a complexidade da relação entre imagem, felicidade e identidade, enfatizando a necessidade de uma compreensão mais profunda desses fenômenos na sociedade contemporânea

3.2 Arte e Felicidade

Quadro 04: Corpus de análise - Arte e Felicidade

	Autor	Título	Ano
1.	Aline Stefânia Zim	Cultura kitsch e modernidade: a ascensão do não-autêntico	2020



2.	Roberto Ferreira Brito Paulo A. de Holanda Bastos Felipe Cavalcante Brasileiro	A participação da mulher no muay thai	2020
3.	Beatriz Silveira de Paula Edson de Sousa Brito José Silvio de Oliveira	O ensino de filosofia na educação das crianças: perfil político pedagógico	2021
4.	Rafael Ravina Ripoll, Regina A. Pereira Mazzi Heitor Romero Marques	O estado da arte da ciência da felicidade e o desenvolvimento local	2022
5.	Soraia Batista Rodrigues Marilda Aparecida Behrens	Ensino médio e projeto de vida: uma pesquisa do tipo estado da arte	2022
6.	Felipe Costa de Oliveira, Josué Candido Silva,	A arte de bem viver: aproximações entre o estoicismo e a terapia cognitivo-comportamental	2022
7.	Nadja Maria Mourão Ana Célia Carneiro Oliveira Flávia Neves de O. Castro Raice Ribeiro G. Oliveira	Geografia Humanística e as cidades afetivas: estudos de intervenções urbanas para o bem-estar na capital de Minas Gerais	2022
8.	Antônio Coutinho Soares Filho	A falsa alegria no Pequeno teatro da felicidade (1977), de Márcio Souza	2023
9.	Cleyson de Moraes Mello José Rogério M. de Almeida	Universidade e Felicidade	2023
10.	Rafael Rodrigues Pereira	Os estoicos e a arte da vida	2023
11.	Monique Roelofs	Viagens autodeslocantes e suas instabilidades nas rotinas de mobilidade estética	2023
12.	Tania Alice	Tentativas de performar o encanto durante a pandemia	2023
13.	Maria Suênia de M. Gomes	Espiritualidade: suporte ético para a parresía e a resiliência nos espaços de poder existencial dos idosos	2023
14.	Julia Ferrari Duarte do Páteo	Tolstói e a sexualidade feminina: uma análise das personagens femininas em Felicidade Conjugal, Anna Kariênina e A Sonata a Kreutzer	2024
15.	Ivan Fortunato	Frango frito, ou uma outra didática na formação de professores de matemática	2024



16.	Jaqueline Fernandes Stefani Rodrigo Ricardo	Reflexões sobre a felicidade e os bens exteriores no pensamento aristotélico	2024
17.	Camila Braga Soares Pinto, Leandro Pinheiro Chevitarese	Virada ritual e a ética da alteridade em byung-chul han: a reinserção da arte da atenção, da escuta e do olhar na vida em comunidade	2024

Fonte: Elaborado pelas autoras

Quadro 5 : do Corpus de análise - Arte e Felicidade

Grupos	Categoria	Artigos
1	Felicidade e sociedade	1; 4; 7; 17
2	Felicidade e Educação	3; 5; 9; 15
3	Felicidade e filosofia	3; 6; 10; 16

Fonte: Elaborado pelas autoras

No contexto atual, a felicidade é frequentemente definida como um estado emocional positivo complexo, abrangendo bem-estar subjetivo, prazer e a experiência de emoções positivas. Essa concepção, embora intuitiva, necessita de uma análise mais aprofundada sob uma perspectiva científica, para isso apresento o quadro 5 a seguir:

Quadro 5 : Grupo 1 - Felicidade e Sociedade

1	Aborda estética kitsch e sua importância na modernidade, destacando suas contradições fundamentais: o autêntico versus a cópia, a aura versus a reprodutibilidade técnica da obra de arte. O kitsch reflete a alienação coletiva da sociedade ocidental, aspirando à felicidade pelo consumo. O kitsch é visto como fundamental para a construção do bom gosto na modernidade, aproximando as massas da experiência estética e sustentando o ciclo de consumo.
4	No contexto atual, a felicidade é frequentemente entendida como uma emoção básica, caracterizada por um estado emocional positivo, bem-estar e prazer, associados à percepção de sucesso e à compreensão coerente do mundo. Para os filósofos antigos, a felicidade é algo que não pode ser comprado, pois é autoconhecimento, é agir de acordo como o bem e a justiça eterna, ou agir de forma ética em uma medida, em todas as ações humanas. A felicidade no decorrer dos tempos foi alvo de profundas análises e de supostos caminhos que levariam a humanidade a alcançá-la. Seja pelo prazer, seja pela virtude, pela razão, na religião, no consumo de bens, entre outros.
7	Destaca a importância das intervenções urbanas na promoção de cidades afetivas, utilizando a Geografia Humanística para explorar como eventos efêmeros, como o Crochê Urbano, o Circuito Urbano de Arte e o Festival das Luzes da Liberdade em Belo Horizonte, podem gerar reflexões e memórias duradouras. Esses eventos



	transformam não a estrutura física, mas os significados e vivências dos espaços urbanos, promovendo bem-estar e um senso de comunidade. O artigo sublinha a importância de considerar o papel das emoções e das experiências humanas na construção e transformação dos espaços urbanos, mostrando que as intervenções artísticas e culturais são essenciais para criar cidades mais acolhedoras e significativas
17	Os rituais na modernidade enfrentam uma questão filosófica complexa ao refletir sobre o papel dos rituais na sociedade contemporânea, que tradicionalmente os associa a costumes antigos ou religiosos. Em um mundo cada vez mais digitalizado e focado na maximização da produção e aceleração social, a ideia de retomar a dinâmica dos rituais pode parecer surpreendente e desafiadora. Han discute como os rituais podem estabilizar e unir a sociedade, mas também podem envolver mecanismos de disciplina e hierarquia, especialmente quando impostos do coletivo para o indivíduo. Isso pode causar uma percepção de aprisionamento, remetendo à ideia de uma Sociedade Disciplinar, que o indivíduo moderno tende a rejeitar. A retomada dos rituais pode ser vista como uma alternativa para enfrentar as dificuldades do tempo atual. A recuperação dos ritos, símbolos e experiências coletivas contribui para a coesão social, através da criação de narrativas que promovem um maior senso de comunidade e pertença mútua.

A análise da estética pela felicidade, da transformação dos espaços urbanos e da retomada dos rituais revela a complexa teia de relações que moldam a experiência humana na modernidade. Como exemplo a ambiguidade entre o autêntico e a cópia, e a busca pela felicidade através do consumo, evidenciam a alienação e a necessidade de experiências estéticas na sociedade contemporânea.

E as intervenções urbanas, por sua vez, demonstram o poder da arte e da cultura na transformação dos espaços, gerando reflexões, memórias e um senso de comunidade. A valorização das emoções e experiências na construção de cidades afetivas ressalta a importância do bem-estar e da conexão humana no ambiente urbano.

Como a capacidade dos rituais de criar narrativas compartilhadas e promover um senso de pertencimento os torna relevantes na busca por coesão social e bem-estar coletivo. Assim, a estética, a felicidade, o espaço urbano e os rituais se interligam, influenciando a forma como os indivíduos se relacionam consigo mesmos, com os outros e com o mundo ao seu redor. Compreender essas interconexões é fundamental para a construção educativa de sociedades mais justas, acolhedoras e significativas, como é apresentado na categoria Felicidade e Educação.



Quadro 5: Grupo 02 - Felicidade e Educação

3	Tem como objetivo entender a importância da filosofia educativa para crianças, considerando-a como um meio formativo, político e intelectual. Explora a relação entre a filosofia educativa e o poder político, analisando como o Estado influencia a educação. Aborda como a filosofia pode ser integrada na vida escolar e na formação das crianças. Argumenta que a liberdade e a felicidade estão sob controle governamental em um mundo onde a tecnologia regula o poder da verdade e que a filosofia, em suas diversas formas, simboliza esperança em tempos de ignorância. Por fim, afirma que é essencial enfrentar questões que se opõem à filosofia na educação infantil no mundo pós-moderno, pois isso é uma tarefa universal importante para a sociedade, a cultura e as instituições de educação infantil.
5	A arte de bem-viver ou felicidade (eudaimonia) foi o centro das preocupações de muitos filósofos no campo da ética. Michel Foucault, desenvolveu a ideia de "tecnologias do cuidado de si" em seus estudos sobre a história da subjetividade e das práticas de si. Essas tecnologias referem-se a práticas e técnicas que os indivíduos utilizam para cuidar de si mesmos, tanto no aspecto físico quanto no mental e espiritual. Essas práticas visam promover a tranquilidade da alma e o equilíbrio mental, sendo fundamentais para a saúde mental e emocional e fazem parte de um processo contínuo de auto aperfeiçoamento e autocompreensão.
9	Na filosofia, a arte é frequentemente um meio para expressar e explorar conceitos incluindo a felicidade. Obras de arte podem representar visões filosóficas da felicidade, questionar o que significa ser feliz e provocar reflexões sobre como alcançar um estado de bem-estar e contentamento. Na psicologia, a arte é utilizada como uma ferramenta terapêutica para promover o bem-estar emocional e mental. Na espiritualidade, a arte tem um papel importante na espiritualidade, muitas vezes usada para representar crenças e práticas religiosas que proporcionam um sentido de paz e felicidade. Na cultura, a arte é um reflexo da cultura e pode capturar e transmitir as diversas formas de entender e experimentar a felicidade em diferentes contextos culturais. Nas artes, a própria criação e apreciação da arte são fontes de felicidade para muitos. Pintar, esculpir, dançar ou tocar música oferece uma forma de expressão pessoal e realização, enquanto a apreciação de obras de arte proporciona prazer estético e emocional. No Espaço Universitário, a arte pode transformar o ambiente educacional em um lugar acolhedor e estimulante, promovendo a felicidade entre professores, alunos e colaboradores. A presença da arte na universidade não só enriquece a experiência educativa, mas também serve como um meio de expressão de solidariedade, humanidade, diversidade e otimismo.
15	Discute a disciplina de didática no curso de licenciatura em matemática no Instituto Federal de São Paulo, abordando como a arte foi utilizada de maneira metafórica para enriquecer o ensino. É realizada a análise das quatro categorias: a arte culinária; o artesanato; a música e a poesia.

Fonte: Elaborado pelas autoras



Nesta categoria a disciplina de arte, por sua vez, emerge como um meio poderoso de expressão e exploração de conceitos, incluindo a felicidade, como destacado na abordagem da artísticas em diferentes contextos, desde a filosofia até a cultura e o espaço universitário. A arte proporciona experiências estéticas e emocionais e são expressas através de imagens em diversos contextos e podem contribuir para o bem-estar individual e coletivo.

A educação, ao integrar a arte em seu currículo, oferece aos indivíduos a oportunidade de desenvolver o pensamento crítico, a criatividade e a sensibilidade, elementos essenciais para a formação de indivíduos completos e felizes. A utilização de metáforas artísticas no ensino facilita a compreensão de conceitos abstratos e torna o aprendizado mais envolvente e significativo. Em suma, a educação é transformadora na medida que potencializa o desenvolvimento humano em sua integralidade. Como apresentado na categoria Felicidade e Filosofia a seguir:

Quadro 5: Grupo 3 - Felicidade e Filosofia

3	Ao incentivar a reflexão crítica e a participação ativa na sociedade, a filosofia pode contribuir para a construção de uma sociedade mais justa e feliz. Pois ela ajuda a questionar e compreender o papel da tecnologia no controle da verdade e da liberdade. Em um mundo onde a informação é frequentemente manipulada, a filosofia oferece ferramentas para discernir e buscar a verdade, promovendo um senso de autonomia e felicidade. Em suas diversas formas de representação, simboliza esperança e proporciona um espaço para a reflexão e o autoconhecimento. Esta arte de pensar e questionar é fundamental para a felicidade, pois permite que os indivíduos compreendam melhor a si mesmos e o mundo ao seu redor. Ao integrar a filosofia na educação, estamos oferecendo a elas a oportunidade de desenvolver um pensamento crítico, uma compreensão profunda de si mesmas e um senso de felicidade e bem-estar. A arte de bem-viver ou felicidade (eudaimonia) foi o centro das preocupações de muitos filósofos no campo da ética. É claro que o bem-estar do indivíduo não depende só de suas escolhas, mas de uma série de fatores que fogem ao seu controle, como ter onde morar, trabalhar, as interações sociais, condições de saúde e outras
6	Sêneca, filósofo estoico, propõe que a felicidade é construída através da razão e da moderação. Ele argumenta que uma vida sem excessos é crucial para evitar doenças tanto do corpo quanto da mente. A relação entre filosofia e felicidade para Sêneca, funciona como um remédio para os males da alma. Ele vê a filosofia não apenas como um campo teórico, mas como uma prática que orienta os indivíduos a viverem de maneira virtuosa. A prática da filosofia, portanto, é um meio para alcançar a tranquilidade da alma e o equilíbrio emocional. A virtude, segundo os estoicos, é



	suficiente para a felicidade. Sêneca enfatiza que a filosofia ensina os indivíduos a exercerem a virtude, que é a excelência moral. Através do cultivo das virtudes como a sabedoria, a justiça, a coragem e a temperança, os indivíduos podem alcançar uma vida plena e feliz.
10	Examina a concepção estoica de sabedoria prática como uma técnica essencial para a vida, destacando sua aplicabilidade no cotidiano e na filosofia. A abordagem estoica inova ao radicalizar a conexão entre virtudes (excelências morais) e technai (habilidades ou técnicas), propondo uma integração profunda entre teoria e prática. Os conceitos-chave são que o estoicismo é uma filosofia que enfatiza a virtude, a razão e o autodomínio como pilares de uma vida boa. A arte da vida é a aplicação prática da sabedoria e das virtudes na vida cotidiana. A investigação ressalta como o estoicismo oferece um modelo filosófico integrador, onde a sabedoria prática não é apenas um ideal, mas uma técnica refinada para conduzir a vida de maneira livre e virtuosa
16	Aristóteles, em sua obra "Ética a Nicômaco", explora a ideia de que cada ser possui uma função própria (ergon) e que a felicidade (eudaimonia) está intimamente ligada ao cumprimento dessa função de maneira excelente. Ele sugere que a função própria do ser humano é a atividade da alma de acordo com a razão, visto que a razão é o que distingue os humanos de outros seres vivos. Para o filósofo, embora a virtude seja suficiente para a felicidade, certos bens exteriores são necessários para proporcionar uma vida autossuficiente e digna. Esses bens incluem: Bens do Corpo: Saúde e força física. Bens da Alma: Conhecimento e Virtude. Bens Exteriores: Riqueza, poder e recursos materiais. O direito à busca da felicidade a partir do pensamento político grego, pode ser entendido como um princípio que impõe ao Estado limitações e obrigações. O Estado deve garantir as condições necessárias para que os indivíduos possam perseguir a felicidade, respeitando suas liberdades e direitos.

Fonte: Elaborado pelas autoras

Os excertos apresentados convergem para a centralidade da filosofia na busca pela felicidade e pelo bem-viver. A filosofia, ao fomentar a reflexão crítica e o autoconhecimento, capacita os indivíduos a discernir a verdade, a agir com virtude e a compreender o mundo ao seu redor, elementos primordiais para alcançar a eudaimonia.

Diferentes abordagens filosóficas, como o estoicismo de Sêneca e a ética aristotélica, oferecem caminhos distintos para a felicidade, seja através da razão e da moderação, seja através do cumprimento da função própria e da busca por bens interiores e exteriores. A integração da filosofia na educação é fundamental para o desenvolvimento do pensamento crítico e da autonomia, ferramentas essenciais para a construção de uma vida plena e feliz.



4. CONCLUSÃO

A presente pesquisa se justifica pela crescente relevância das discussões em torno da imagem, identidade e redes sociais, especialmente no contexto contemporâneo, onde plataformas como o Instagram popularizam o conceito de "melhor versão de si mesmo". No entanto, a análise revela uma lacuna de conhecimento no que tange à valorização da estética corporal e experiências de consumo em detrimento de aspectos mais profundos relacionados à felicidade e à busca por objetivos pessoais.

Nesse sentido, este estudo nos induz a questionar, no âmbito educativo, acerca do que verdadeiramente constitui a "melhor versão" de cada indivíduo, fomentando uma reflexão sobre o bem-estar social em sua integralidade, a conexão com objetivos individuais e sociais autênticos. Acreditamos que, uma futura pesquisa com essa temática poderá promover intervenções críticas voltadas a contribuir para a construção de vidas mais autênticas e significativas, nas quais a busca pela "melhor versão" seja pautada por valores individuais e não por imposições externas.

REFERÊNCIAS

ALICE, Tania. Tentativas de performar o encanto durante a pandemia. **Revista Científica/FAP**, Curitiba, v. 24, n. 1, p 2023. Disponível em: <https://periodicos.unespar.edu.br/revistacientifica/article/view/4269>. Acesso em: 27 nov. 2024.

BATISTA, Adriele Cristine de Freitas. Mulher e cerveja em campanha publicitária: qual o consumo? **Unifunec Científica Multidisciplinar**, Santa Fé do Sul, São Paulo, v. 9, n. 11, p. 1–12, 2020. Disponível em: <https://seer.unifunec.edu.br/index.php/rfc/article/view/3992>. Acesso em: 27 nov. 2024.

BEHRENS, Marilda Aparecida RODRIGUES, Soraia Batista; BEHRENS. Ensino médio e projeto de vida: uma pesquisa do tipo estado da arte. **Brazilian Journal of Development**, Curitiba, v.8, n.3, p,21156-21171, mar., 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.21680/1983-2435.2023v8nEspecialID32359> Acesso em: 27 nov. 2024.



BRITO, Roberto Ferreira.; BASTOS, Paulo Andrey de Holanda; BRASILEIRO, Felipe Cavalcante. A participação da mulher no muay thai. **Brazilian Journal of Development**, [S. l.], v. 6, n. 4, p. 18095–18112, 2020. Disponível em: <https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BRJD/article/view/8548>. Acesso em: 27 nov. 2024.

COSTA DE OLIVEIRA, F.; SILVA, J. C. a arte de bem viver: aproximações entre o estoicismo e a terapia cognitivo-comportamental. **Aprender - Caderno de Filosofia e Psicologia da Educação**, [S. l.], n. 27, p. 84-99, 2022. Disponível em: <https://periodicos2.uesb.br/index.php/aprender/article/view/10723>. Acesso em: 27 nov. 2024.

DE MORAES MELLO, C.; MOURA DE ALMEIDA NETO, J. R.; PENTAGNA PETRILLO, R. Universidade e Felicidade. **Revista Interdisciplinar do Direito - Faculdade de Direito de Valença**, [S. l.], v. 21, n. 1, p. 2023-2104, 2023. Disponível em: <https://revistas.faa.edu.br/FDV/article/view/1416>. Acesso em: 27 nov. 2024.

DURAN, Maria Raquel da Cruz; DURAN, Maria Renata da Cruz. Identidade, auto-imagem e felicidade no mundo virtual. **Domínios da Imagem**, [S. l.], v. 8, n. 14, p. 72–84, 2014. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/dominiosdaimagem/article/view/19109>. Acesso em: 27 nov. 2024.

FLACH, S. L.; SOUZA, V. D. B. de. A literatura como reflexão em relação ao dualismo essência x aparência na modernidade líquida: uma proposta para o ensino médio. **Revista Contemporânea**, [S. l.], v. 4, n. 3, p. e3612, 2024. Disponível em: <https://ojs.revistacontemporanea.com/ojs/index.php/home/article/view/3612>. Acesso em: 27 nov. 2024.

FILHO, Antônio Coutinho Soares. A falsa alegria no Pequeno teatro da felicidade (1977), de Márcio Souza. **Revista Odisseia**, [S. l.], v. 8, n. Especial, p. 156–176, 2023. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/odisseia/article/view/32359>. Acesso em: 27 nov. 2024.

FORTUNATO, I. Frango frito, ou uma outra Didática na formação de professores de Matemática. **Revista Internacional de Pesquisa em Didática das Ciências e Matemática**, Itapetininga, p.1-9, jan-fev. 2023. Disponível em <https://periodicoscientificos.itp.ifsp.edu.br/index.php/revin/article/view/841> Acesso em: 27 nov. 2024.

GAMA, Claudio Oliveira et all. Corpo, identidade e imagem corporal: uma revisão narrativa. **Leituras: Educação Física e Esporte** Buenos Aires - Argentina v. 26, 278, pág. 159-171, 11 de julho. 2021. <https://doi.org/10.46642/efd.v26i278.2771> Acesso em 27 novem. 2024.



GOMES, Maria Suênia de Medeiros. Espiritualidade: suporte ético para a parresía e a resiliência nos espaços de poder existencial dos idosos. **Studies in Multidisciplinary Review**, Curitiba, v.4, n.1, p.158-172, abri-maio. 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.55034/smr4n1-012> Acesso em: 27 nov. 2024.

LUNKES, Fernanda Luzia.; SILVA, S. Dela A felicidade no discurso midiático: uma análise discursiva. **Rizoma**, Bahia v. 12, n. 1, p. 7-25, 31 jul. 2023. <https://doi.org/10.17058/rzm.v12i1.18227> Acesso em: 27 nov. 2024.

MAZZI, Regina Aparecida Pereira, MARQUES, Heitor Romero; RIPOLL, Rafael Ravina. O estado da arte da ciência da felicidade e o desenvolvimento local. **Interações**, Campo Grande, v. 23, n. 4, p. 1161–1177, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.20435/inter.v23i4.3381>. Acesso em: 27 nov. 2024.

MOURÃO, M.; OLIVEIRA, A. C. C.; CASTRO, F. N. de O.; OLIVEIRA, R. R. G. Geografia Humanística e as cidades afetivas: estudos de intervenções urbanas para o bem-estar na capital de Minas Gerais Minas Gerais. **Brazilian Journal of Development**, [S. l.], v. 8, n. 3, p. 22544–22562, 2022. Disponível em <https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BRJD/article/view/45872>. Acesso em: 27 nov. 2024.

NASCIMENTO, Jully. Caroline Santos. O desenvolvimento da sociedade de desempenho e consumismo: novas e permanentes formas de coerções de produtividade na era contemporânea. **Observatorio Latinoamericano**. [S. l.], v. 22, n. 7, p.1-15, 2024. Disponível em: <https://ojs.observatoriolatinoamericano.com/ojs/index.php/olel/article/view/6019>

NOGUEIRA, P. A. S. Mística como espelhamento de si no além-mundo: a narrativa visionária do Martírio de Perpétua e Felicidade **Revista Terceira Margem**. [S. l.], v. 28, n. 55, p. 61-82, mai./ago. 2024. Dossiê Mística e Subjetividade <https://doi.org/10.55702/3m.v28i55.62191> Acesso em: 27 nov. 2024.

PÁTEO, Julia Ferrari Duarte do. Tolstói e a sexualidade feminina: uma análise das personagens femininas em Felicidade Conjugal, Anna Kariênina e a Sonata a Kreutzer. **RUS**, São Paulo, v. 15, n. 26, p. 192–209, 2024. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rus/article/view/222539>.. Acesso em: 27 nov. 2024.

PINHEIRO BARROS, Carolina; GUEDERT MENDES, Walkiria. A imagem da felicidade nas redes sociais: do potencial sensível ao capitalista. **Revista Leitura**, Santa Catarina, v. 1, n. 76, p. 330–338, 2023. Disponível em: <https://www.seer.ufal.br/index.php/revistaleitura/article/view/14277>. Acesso em: 27 nov. 2024.

PINTO Camila Braga Soares; CHEVITARESE, Leandro Pinheiro. Virada ritual e a ética da alteridade em byung-chul han: a reinserção da arte da atenção, da escuta e do



olhar na vida em comunidade. **Revista Poiesis**, Montes Claros [S. l.], v. 27, n. 2, 2024. Disponível em:
<https://www.periodicos.unimontes.br/index.php/poiesis/article/view/7621>. Acesso em: 27 nov. 2024

ROELOFS, M. Viagens autodeslocantes e suas instabilidades nas rotinas de mobilidade estética. **Visualidades**, Goiânia, v. 20, p. 2023. Disponível em:
<https://revistas.ufg.br/VISUAL/article/view/71535>. Acesso em: 27 nov. 2024

RODRIGUES, Rafael. Pereira Os estoicos e a arte da vida. **Prometheus - Journal of Philosophy**, [S. l.], v. 13, n. 36, p 2021. Disponível em:
<https://periodicos.ufs.br/prometeus/article/view/15353>. Acesso em: 27 nov. 2024.

ROMANSSINI, Sabrina Fernanda, SCORTEGAGNA, Helenice de Moura; PICHLER, Nadir Antonio. Estética e felicidade na percepção de idosas usuárias de produtos de beleza. **Revista Brasileira de Geriatria e Gerontologia**, v. 23, n. 3, p. e200028, 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbgg/a/zgQ5d56jvTqpc4jszbn4mvF/#>

SILVA, Hannah Lupato; MEA Cristina Pilla Della. Uso de rede sociais em autoimagem em adolescentes: uma revisão narrativa. **Psicologia em Ênfase**. Goiânia v.4, p. 34-45. 01 de novembro de 2023
<https://ojs.unialfa.com.br/index.php/psicologiaemenfase/article/view/773>

SILVA, M. C. C.; SILVA, P. C. da. Mídias, mudanças e contradições no mundo do trabalho: a apropriação local da campanha mundial da Coca-Cola ‘Abra a Felicidade’. **Comunicação & Informação**. Goiânia, v. 23, p. 1-15, 2020. Disponível em:
<https://revistas.ufg.br/ci/article/view/47735>. Acesso em: 27 nov. 2024.

SILVEIRA DE PAULA, Beatriz; DE SOUSA BRITO, Edson; DE OLIVEIRA, José Silvío. O ensino de filosofia na educação das crianças: perfil político pedagógico. **Itinerarius Reflectionis**, Jataí, v. 17, n. 4, p. 01–28, 2021. Disponível em
<https://revistas.ufj.edu.br/rir/article/view/70617>. Acesso em: 27 nov. 2024.

SOUZA, Joana Dourado França de; COUTO, Edvaldo Souza. Felicidade em gif: pedagogias dos minivídeos em loop no instagram stories. **ETD - Educação Temática Digital**, Campinas, SP, v. 22, n. 4, p. 931–947, 2020. Disponível em:
<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/etd/article/view/8655338>.

STEFANI, Jaqueline; FERNANDES, Rodrigo Ricardo. Reflexões sobre a felicidade e os bens exteriores no pensamento aristotélico. **Revista de Estudos Filosóficos e Históricos da Antiguidade**, Campinas, v. 41, n. 00, p. e024001, 2024. Disponível em:
<https://econtents.bc.unicamp.br/inpec/index.php/cpa/article/view/18494>. Acesso em: 27 nov. 2024.



VENTURINI, I.V. JAEGER, A.A; OLIVEIRA, M.C.; P. Musas fitness e a triáde corpo-consumo- felicidade. **Movimento**. Porto Alegre, v. 26, p. 1-20, 2020. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/Movimento/article/view/86634> Acesso em: 27 nov. 2024.

ZIM, Aline Stefânia. CULTURA KITSCH E MODERNIDADE: a ascensão do não-autêntico. **Revista Estética e Semiótica**, [S. l.], v. 9, n. 2, p. 90–93, 2020. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/esteticaesemiótica/article/view/30301>. Acesso em: 27 nov. 2024.

Recebido em: 30/01/2025

Aprovado em: 05/02/2025

COMO CITAR:

LOMBARDI, D. A. R.; LÓDE-NUNES, M. A. Imagem, arte, felicidade: conexões e distanciamentos nas produções acadêmicas BRASILEIRAS. **REBESDE**, v. 1, n.1, p. 1-25, 2025.