

# O PARADOXO DO DESEJO: CONSUMO, FELICIDADE E OS DESAFIOS DA EDUCAÇÃO E DO TRABALHO NA ERA NEOLIBERAL

THE PARADOX OF DESIRE:

CONSUMPTION, HAPPINESS, AND THE CHALLENGES OF EDUCATION AND WORK IN THE  
NEOLIBERAL ERA

LA PARADOJA DEL DESEO:

CONSUMO, FELICIDAD Y LOS DESAFIOS DE LA EDUCACIÓN Y DEL TRABAJO EN LA ERA  
NEOLIBERAL

## Eneida Santiago

● Psicóloga (Unesp - Assis), Antropóloga (UEL), Mestre em Psicologia e Sociedade e Doutora em Saúde Coletiva (Unesp-Assis). Atualmente é Professora Associada da Universidade Estadual de Londrina (UEL) no Departamento de Psicologia Social e Institucional e Docente do Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Psicologia (PPGPSI-UEL).

● E-mail: [esantiago@uel.br](mailto:esantiago@uel.br)

## Fábio Cardoso Lopes

● Doutorando em Psicologia Social e Processos Institucionais pela Universidade Estadual de Londrina (2025-2029). Mestre em Psicologia Social e Processos Institucionais pela mesma instituição (UEL - 2024). Graduação em Psicologia pela Universidade do Oeste Paulista UNOESTE (2010).

Atualmente é psicólogo no CRAS em Rio Branco do Ivaí-PR e bolsista CAPES.

● E-mail: [fabio.cardoso.lopez@uel.br](mailto:fabio.cardoso.lopez@uel.br)

## RESUMO

Este estudo investiga como desejo, consumo e felicidade se articulam na sociedade contemporânea, moldando aspirações pessoais e coletivas. Objetiva analisar a influência da lógica de mercado nos processos de educação e trabalho como reprodutores desse sistema, legitimando o consumo como meio de realização pessoal e sucesso social. Para compreender essa relação, adota-se uma abordagem pluridisciplinar fundamentada nas contribuições da Psicanálise, Sociologia e Filosofia. A metodologia baseia-se em uma pesquisa bibliográfica que investiga como a lógica de mercado influencia os processos de subjetivação e reforça a gestão individual da felicidade por meio do consumo. Conclui que práticas neoliberais reforçam um ciclo de insatisfação e legitimam o consumo como meio de realização individual.

**Palavras-chave:** Desejo; Consumo; Felicidade; Neoliberalismo; Relações de trabalho.

## ABSTRACT

This study investigates how desire, consumption, and happiness are interconnected in contemporary society, shaping both individual and collective aspirations. It aims to analyze the influence of market logic on education and labor processes as mechanisms that reproduce this system, legitimizing consumption as a means of personal fulfillment and social success. To understand this dynamic, the study adopts a multidisciplinary approach grounded in contributions from Psychoanalysis, Sociology, and Philosophy. The methodology is based on a bibliographic review that examines how market logic influences processes of subjectivation and reinforces the individual management of happiness through consumption. It concludes that neoliberal practices reinforce a cycle of dissatisfaction and legitimize consumption as a means of individual fulfillment.

**Keywords:** Desire; Consumption; Happiness; Neoliberalism; Labor relations.

## RESUMEN

Este estudio investiga cómo el deseo, el consumo y la felicidad se articulan en la sociedad contemporánea, moldeando aspiraciones personales y colectivas. Su objetivo es analizar la influencia de la lógica del mercado en los procesos de educación y trabajo como reproductores de dicho sistema, legitimando el consumo como medio de realización personal y éxito social. Para comprender esta relación, se adopta un enfoque pluridisciplinario fundamentado en aportes del Psicoanálisis, la Sociología y la Filosofía. La metodología se basa en una investigación bibliográfica que examina cómo la lógica del mercado influye en los procesos de subjetivación y refuerza la gestión individual de la felicidad mediante el consumo. Se concluye que las prácticas neoliberales refuerzan un ciclo de insatisfacción y legitiman el consumo como medio de realización individual.

**Palabras clave:** Deseo; Consumo; Felicidad; Neoliberalismo; Relaciones laborales.

## NO ESPELHO DO DESEJO: A FELICIDADE REFLETIDA PELO CONSUMO

O desejo, o consumo e a busca incessante pela felicidade estão profundamente interligados na sociedade contemporânea. O desejo, especialmente, exerce papel central ao influenciar escolhas e aspirações individuais. Atualmente, ele é intensamente estimulado pelo consumo de uma ampla gama de produtos, serviços e experiências que prometem satisfação e realização pessoal. Todavia, observa-se que a felicidade almejada por meio do consumo gera um ciclo contínuo de insatisfação, apatia e endividamento, já que novos desejos são constantemente criados e amplificados pelo mercado, mantendo o indivíduo preso a uma lógica permanente de aquisição.

Esse fenômeno pode ser observado na “[...] ascensão do mercado como esfera de referência da vida [...]” (Silva; Carvalhaes, 2016, p. 74). Nessa direção, valores como consumismo, individualismo, competitividade, gerenciamento das emoções, empreendimento de si e o desespero pelo sucesso a qualquer custo passam a orientar a formação humana. Como destaca Bauman (2008), estamos diante da substituição gradual do compromisso com a educação e o trabalho pela idolatria ao consumo.

Christian Laval (2019) analisa criticamente os impactos do neoliberalismo sobre a educação, evidenciando como esse paradigma impõe uma racionalidade instrumental que orienta as políticas educacionais para fins produtivistas. A racionalidade de mercado induz à uniformização dos processos didáticos-pedagógicos e à ênfase em métricas de desempenho e *performance*, enfraquecendo a promoção de uma formação humana, crítica, reflexiva e voltada à emancipação dos sujeitos. Sob esse enfoque, a educação passa a ser concebida como instrumento de preparação de capital humano, moldando subjetividades para atender aos ideais de eficiência, competitividade e consumo. Essa configuração revela um desvio da função social da escola, subordinando-a a interesses do mercado e esvaziando sua dimensão formativa mais ampla.

Educação e trabalho, nesse cenário, funcionam como veículos de reprodução

da idealização do consumo. A educação atua como mecanismo de legitimação da visão de sucesso atrelada ao consumo, enquanto o trabalho representa o meio para concretizar tal ideal por meio do *status* e da ascensão social. Assim, numa relação siamesa, ambos fortalecem a lógica consumista que molda a subjetividade, a formação humana e a própria noção de felicidade.

Para investigar essa articulação entre desejo, consumo e felicidade, é imprescindível uma abordagem pluridisciplinar que una reflexão teórica e crítica. A partir de Lacan, em diálogo com Bauman e Lipovetsky, propõe-se compreender como essas três instâncias se entrelaçam e são articuladas pela lógica de mercado, repercutindo nos processos de subjetivação.

Cabe ressaltar que a escolha dos autores não pretende reduzir a complexidade de seus aportes analíticos. Devido a limitações técnicas e burocráticas, o recorte metodológico exige adaptar nossas reflexões ao modelo proposto. Ainda assim, buscamos manter a objetividade do estudo e a integridade do referencial teórico.

Com isso, é possível enxergar como o indivíduo é inserido em um sistema que o responsabiliza pela gestão de sua subjetividade, direcionando suas necessidades e aspirações à lógica de consumo. A Psicanálise oferece ferramentas para entender os impulsos ligados ao desejo, enquanto Bauman e Lipovetsky trazem enfoques sociológico e filosófico sobre a liquidez das relações sociais e o impacto do hiperconsumismo na construção da identidade.

A proposta aqui delineada baseia-se na interseção entre Psicanálise, Sociologia e Filosofia, conectando autores que investigam os impactos das dinâmicas neoliberais sobre os processos educativos e laborais. Por conseguinte, evidencia-se como mecanismos de produção social moldam disposições psicossociais e estruturam modos de existência.

## DESEJO E CONSUMO: A ILUSÃO DA FELICIDADE E OS REFLEXOS NA EDUCAÇÃO E NO TRABALHO

A estreita relação entre desejo, consumo e a busca pela felicidade, moldada por dinâmicas subjetivas e pela gestão mercadológica da vida, impacta profundamente a educação e o trabalho. Esses setores são progressivamente mediados pelo capitalismo neoliberal, consolidado como eixo estruturante da vida cotidiana. Giddens (1991) observa que o “[...] capitalismo, simplesmente, é uma via irracional para dirigir o mundo moderno, porque ele substitui a satisfação controlada das necessidades humanas pelos caprichos do mercado” (p. 152).

Em vista disso, assistimos à ressignificação das atribuições estatais sob a lógica neoliberal, em que o mercado se torna agente regulador da existência. Tal deslocamento transfere funções essenciais do Estado aos mecanismos de mercado, reorganizando as estruturas sociais e políticas segundo interesses econômicos. Dardot e Laval (2016) destacam que essa transformação impõe uma nova subjetividade aos indivíduos. Para eles, o neoliberalismo “[...] antes de ser uma ideologia ou uma política econômica, é em primeiro lugar e fundamentalmente uma racionalidade [...]”, a qual normatiza condutas e estrutura a ação de governantes e governados (Dardot; Laval, 2016, p. 17). Essa racionalidade é marcada pela concorrência como norma e pela gestão empresarial como modelo de subjetivação.

Aprofundando essa temática, Harvey (2007) aponta que tal transição altera profundamente o modo de vida nas sociedades contemporâneas, afetando dinâmicas sociais, valores e relações interpessoais. A lógica de mercado passa a permear todas as esferas da vida, influenciando concepções de felicidade, sucesso e realização pessoal. O autor afirma que o neoliberalismo defende que o bem-estar humano se alcança por meio da liberdade empresarial dentro de um sistema de livre comércio e propriedade privada. Nessa dinâmica: “O papel do Estado é criar e preservar uma estrutura institucional apropriada a tais práticas” (Harvey, 2007, p. 2, tradução nossa).

Esse modelo econômico, ao valorizar individualismo, competição e lucro, infiltra-se nas estruturas educacionais e laborais, priorizando *performance* e produtividade atreladas ao consumo. A educação volta-se à formação de

sujeitos competitivos, enquanto o trabalho, frequentemente precarizado, acentua a busca por recompensas materiais e simbólicas associadas ao sucesso individual, em detrimento da força do coletivo.

Considerando essa conjuntura, o desejo é estimulado e direcionado ao consumo, alimentando um ciclo de aquisição de bens, serviços e experiências convertidas em mercadorias efêmeras. A felicidade passa a ser associada à capacidade de consumir, pressionando os sujeitos em suas jornadas educacionais e profissionais, dentro de mantras como: estude, trabalhe, consuma e descarte.

No consumismo contemporâneo, a experiência de comprar torna-se um fim em si, muitas vezes superior à utilidade dos bens adquiridos. O sistema promove uma busca constante por novidades, impulsionada por estratégias de *marketing* e pela necessidade de pertencimento. O consumo converte-se em entretenimento e validação pessoal. Como afirma Santi (2011, p. 27): “No consumismo, comprar é a própria finalidade sobreposta ao desfrute do bem adquirido. [...] hoje não se consome os bens adquiridos, mas sim a própria experiência de consumir”.

Sob esse prisma, vivencia-se uma visão mítica de felicidade como posse permanente. Tal concepção nega a diversidade e a mudança, apostando numa existência previsível e idealizada. Segundo Mansano e Lima (2017), essa noção fixa de felicidade aproxima-se da imutabilidade e desconsidera as rupturas e transformações inerentes à vida.

Frente a isso, torna-se necessário refletir criticamente sobre como o consumo idealizado, vinculado à felicidade, impacta a autonomia, os processos de subjetivação e os valores ético-políticos da educação e do trabalho. O foco no consumo tende a obscurecer dimensões essenciais da felicidade, como contemplação, solidariedade e engajamento cívico. A pressão por resultados, a exigência constante de superação e a competitividade extremada produzem efeitos nocivos, como ansiedade, estresse, *burnout* e o enfraquecimento dos laços afetivos e relacionais em contextos educacionais e profissionais.

Bittencourt (2019) assinala que as interações sociais são mediadas pela capacidade econômica dos indivíduos, que se torna critério central de diferenciação: “[...] as hierarquizações sociais se constroem mediante a distinção entre o ter mais e o ter menos, pois no capitalismo, os valores humanos se convertem em valores ratificados pelos signos do poder financeiro” (p. 116).

Dessa forma, o desejo e o consumo, elevados a pilares da felicidade sob a racionalidade neoliberal, promovem uma constante busca por satisfação via aquisição de bens e experiências. Essa promessa, entretanto, revela-se contraditória: quanto mais se consome, mais emergem o vazio, a escassez afetiva e a insatisfação. O desejo, indiferente às promessas externas, reconfigura-se continuamente, mantendo um ciclo ativo e ininterrupto.

Já que vem ao caso, como comprovado por Lacan (1999, p. 282-283):

O que se estrutura do sujeito passa sempre pela intermediação do mecanismo que faz com que seu desejo já seja, como tal, moldado pelas condições da demanda. Eis o que vai sendo inscrito, conforme a história do sujeito, em sua estrutura: são as peripécias, os avatares da constituição desse desejo, na medida em que ele está submetido à lei do desejo do Outro.

Correlativamente ao exposto, Lopes e Tavares (2024) indicam que o desejo humano, compreendido como uma força psíquica singular, é apropriado pela lógica mercadológica, que passa a operar como uma instância autônoma e dotada de características quase humanas. O mercado se impõe como sujeito desejante, deslocando a centralidade do desejo do indivíduo para uma estrutura sistêmica que rege modos de vida. Nesse quadro, o modelo neoliberal configura subjetividades e desejos conforme as demandas do capital, enfraquecendo a agência desejante autêntica dos sujeitos.

Nas amarras do neoliberalismo, o desejo humano é reconfigurado e capturado pela lógica mercadológica, passando a orbitar em torno da tríade produzir-consumir-descartar, frequentemente associada ao endividamento. O desejo do

mercado mimetiza o do sujeito, operando como uma instância desejante que antecipa e modela as vontades individuais. Logo, o sujeito é reduzido a um apêndice do desejo mercadológico — o “grande Outro” que dita normas de consumo e orienta a formação de subjetividades (Lopes; Tavares, 2024).

Essa ocorrência não se restringe ao âmbito do consumo material, mas se estende à educação e ao trabalho, que acabam sendo atravessados por essa lógica mercadológica de gerenciamento da vida e do desejo. A formação educacional, em vez de priorizar o desenvolvimento holístico (integral) do indivíduo, frequentemente é moldada e instrumentalizada para atender às demandas de um mercado que valoriza produtividade e competitividade acima de tudo. O conhecimento deixa de ser um meio para a emancipação e empoderamento, passando a ser tratado como um capital a ser otimizado, acumulado e consumido, sujeito às exigências econômicas. Para Bauman (2009, p. 663), “[...] o consumismo de hoje não visa ao acúmulo de coisas, mas à sua máxima utilização”. Isso cria um ambiente em que o aprendizado está cada vez mais associado à obtenção de títulos, certificações e credenciais, fortalecendo uma visão produtivista, utilitarista, pragmática e teleológica da educação orientada para o trabalho.

No campo ocupacional, a influência da racionalidade neoliberal também se manifesta. A precarização das relações laborais (por exemplo, a uberização e o trabalho intermitente), a exigência de alta *performance*, a flexibilização extrema dos contratos e a perda de garantias fazem com que o trabalhador esteja sempre à procura de novas oportunidades e ganhos, sem tempo para questionar as consequências desse ritmo intenso. A satisfação profissional, que deveria estar vinculada à realização pessoal e ao pertencimento coletivo, é redirecionada para a geração de renda, aquisição de bens e recompensas externas, reforçando a ideia de que sucesso e felicidade são mensurados pelo poder de consumo.

Conforme observado por Lipovetsky (2007), a produção massiva de bens e serviços, a ampliação dos meios de comunicação, a organização dos espaços urbanos e até mesmo os processos educativos são estruturados para reforçar a lógica do hiperconsumo, prometendo felicidade por meio da aquisição constante. Segundo o autor, a valorização econômica das necessidades e sua

mercantilização impulsionam o consumo, gerando a ilusão de uma satisfação contínua. Entretanto, esse modelo não apenas estimula uma perseguição incessante por novos produtos e experiências, mas também aprofunda um ciclo de insatisfação e ansiedade, no qual os indivíduos passam a acreditar que sua felicidade depende diretamente da capacidade de consumir.

Essa hiperindividualização do consumo, considerada por Lipovetsky (2007) como um dos traços centrais da sociedade contemporânea, transforma a experiência de ser feliz em um processo guiado pelo mercado, atingindo todos os estratos sociais e faixas etárias. Em vista disso, o consumo se torna não apenas um meio de realização pessoal, mas uma norma social implícita que molda subjetividades, influenciando desde desejos individuais até padrões de comportamento coletivo, gerando um hiperdesejo coletivizado. Esse fenômeno, ao mesmo tempo em que oferece uma sensação imediata de prazer e pertencimento (*status* narcísico), também expõe o indivíduo a um horizonte de constante insatisfação, impulsionando-o a idealizar infinitamente novos estímulos e experiências para sustentar a promessa de felicidade propagada pelo sistema consumista.

O desfecho desse enredo trágico, impõe ao indivíduo a exigência contínua de autossuperação, inserindo-o em um ambiente de intensa pressão, no qual se vê forçado a equilibrar a demanda por excelência e o bem-estar subjetivo. No interior dessa realidade, Lipovetsky (2007) aponta que a hiperindividualização do consumo exacerba essa dinâmica, transformando a felicidade em uma meta a ser conquistada por meio de *performances* pessoais e aquisições materiais. Essa lógica conduz ao avanço da medicalização do corpo e das sensações, pois o sujeito, impulsionado pela necessidade de corresponder às expectativas do mercado e da sociedade, recorre a estratégias para otimizar sua disposição física e emocional.

O vivente contemporâneo, imerso nesse sistema, encontra-se em um estado de desamparo paradoxal, onde o sucesso e a satisfação pessoal se tornam responsabilidades exclusivamente individuais. Esse fenômeno reflete a ideologia neoliberal, que delega ao indivíduo a tarefa de gerir sua própria subjetividade, ocultando as estruturas sistêmicas que moldam suas experiências e expectativas. Do mesmo modo, o sujeito é levado a acreditar

que seu êxito depende unicamente de seu esforço e capacidade de adaptação, ignorando as influências históricas e socioculturais que condicionam suas escolhas e limitações.

Partindo desse ponto de vista, a cultura do desempenho e da aparência desloca o foco da existência para a necessidade de validação social, na qual ser visto e performar torna-se mais relevante do que simplesmente ser ou ter. Essa dinâmica sustenta o funcionamento da economia de mercado como determinante do desejo, impulsionada por uma constante sensação de insatisfação e pela crença ilusória de que a felicidade pode ser conquistada com a próxima compra.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS PARA FLORESCER NO AVESSO: A FELICIDADE COMO EXPERIÊNCIA DE RELAÇÃO**

No âmbito dessa discussão, torna-se fundamental buscar alternativas que rompam com a lógica consumista e performática predominante. Em outros termos, a Psicologia pode desempenhar um papel importante ao contribuir para a construção de modelos educacionais e laborais que priorizem o desenvolvimento e a formação humana em sua totalidade, ajudando a reverter o funcionamento utilitarista. Para isso, é essencial fomentar práticas de acolhimento que valorizem a colaboração, a criatividade e o bem-estar, resgatando a centralidade da intersubjetividade e do enlaçamento coletivo. Essas práticas devem transcender as métricas de produtividade e o sucesso mercadológico, frequentemente calcificados na exaltação do individualismo e da competitividade.

A felicidade, portanto, não deve ser encarada como uma mercadoria adquirida pelo consumo, mas sim como um processo contínuo de construção subjetiva, fundamentado em relações comunitárias saudáveis, autonomia e propósito existencial. Isso exige um repensar não apenas da educação e do trabalho, mas também das estruturas sociais que condicionam os indivíduos a procurar satisfação em padrões predefinidos de consumo e *status*.

Expandir essa discussão é uma das tarefas da Psicologia, pois implica refletir sobre a interseção entre desejo, consumo, felicidade, educação e trabalho, além de analisar os impactos das práticas neoliberais na subjetividade contemporânea e nos processos de adoecimento e sofrimento. Compreender essas interações é essencial para fomentar uma sociedade mais equitativa, que valorize o florescimento humano e os vínculos relacionais em sua diversidade e integralidade, ultrapassando a mera busca pelo crescimento econômico.

Com base nessa configuração, ao desenvolver novas perspectivas que transcendem a lógica de mercado, torna-se possível promover experiências mais autênticas de bem-estar e realização pessoal e coletiva. Afinal, o verdadeiro sentido da felicidade não está na acumulação desenfreada, mas na construção de conexões genuínas e no fortalecimento de propósitos que conferem significado à existência.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUMAN, Z. **A arte da vida**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2009. 143p.

BAUMAN, Z. **A sociedade individualizada**: vidas contadas e histórias vividas. Tradução de José Gradel. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008. 271p.

BITTENCOURT, R. N. A falsa soberania do consumidor no mercado capitalista e o fetichismo da publicidade. **Revista Augustus**, [online], v. 24, n. 47, p. 114-126, jul. 2019. DOI: <https://doi.org/10.15202/1981896.2019v24n47p114> Disponível em: <https://revistas.unisum.edu.br/index.php/revistaaugustus/article/view/292> Acesso: 11 mai. 2025.

DARDOT, P.; LAVAL, C. **A nova razão do mundo**. Tradução de Mariana Echalar. São Paulo: Boitempo, 2016. 464p.

GIDDENS, A. **As consequências da modernidade**. Tradução de Raul Filker. São Paulo: Editora Unesp, 1991. 136p.

HARVEY, D. **A brief history of neoliberalism**. New York: Oxford University Press, 2007. 256p.

LACAN, J. **O seminário, livro 5: as formações do inconsciente**. Tradução de Vera Ribeiro e Revisão de Marcus André Vieira. Rio de Janeiro: Zahar, 1999. (Original de 1957-1958). 496p.

LAVAL, C. **A escola não é uma empresa: o neoliberalismo em ataque ao ensino público**. Tradução de Mariana Echalar. São Paulo: Editora Boitempo, 2019. 328p.

LIPOVETSKY, G. **A felicidade paradoxal: ensaios sobre a sociedade de hiperconsumo**. Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007. 344p.

LOPES, F. C.; TAVARES, L. A. T. O mercado deseja, nós realizamos: o desejo capturado pela lógica neoliberal na sociedade performática. In: DICKMANN, I. (org.). **Construindo vitrais: escrever e compartilhar**. Veranópolis: Diálogo Freiriano, 2024. v. 2, p. 28-44.

MANSANO, S. R. V.; LIMA, A. B. “É melhor viver do que ser feliz”: felicidade, idealização e consumo. **Revista Espaço Acadêmico**, Maringá, v. 17, n. 193, p. 78-91, jun. 2017. Disponível em: <https://periodicos.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/view/33888>. Acesso em: 14 mai. 2025.

SANTI, P. L. R. de. **Desejo e adição nas relações de consumo**. São Paulo: Zagodoni, 2011. 192p.

SILVA, R. B.; CARVALHAES, F. F. de. Consumo e felicidade na contemporaneidade. **Revista Espaço Acadêmico**, Maringá, v. 16, n. 187, p. 71-82, dez. 2016. Disponível em: <https://periodicos.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/view/34331>. Acesso em: 11 abr. 2025.

TAVARES, L. A. T. **A depressão como “mal estar” contemporâneo: medicalização e (ex)-sistência do sujeito depressivo**. São Paulo: Editora Unesp, 2010. 242p.