



MARCELO JOSÉ HANAUER

BOCA E BOLSO

DESEJO, DÍVIDA E CONSUMO
NO BRASIL CONTEMPORÂNEO



TERRIED



MARCELO JOSÉ HANAUER

BOCA E BOLSO

DESEJO, DÍVIDA E CONSUMO
NO BRASIL CONTEMPORÂNEO

TERRIED

1.ª Edição - Copyrights do texto - Autores e Autoras

Direitos de Edição Reservados à Editora Terried

É permitida a reprodução parcial ou total desta obra, desde que citada a fonte.



O conteúdo dos capítulos apresentados nesta obra são de inteira responsabilidade d@s autor@s, não representando necessariamente a opinião da Editora.

Permitimos a reprodução parcial ou total desta obra, considerado que seja citada a fonte e a autoria, além de respeitar a Licença Creative Commons indicada.

Conselho Editorial

Adilson Cristiano Habowski - ***Currículo Lattes***

Adilson Tadeu Basquerote Silva - ***Currículo Lattes***

Alexandre Carvalho de Andrade - ***Currículo Lattes***

Anísio Batista Pereira - ***Currículo Lattes***

Celso Gabatz - ***Currículo Lattes***

Cristiano Cunha Costa - ***Currículo Lattes***

Denise Santos Da Cruz - ***Currículo Lattes***

Emily Verônica Rosa da Silva Feijó - ***Currículo Lattes***

Fabiano Custódio de Oliveira - ***Currículo Lattes***

Fernanda Monteiro Barreto Camargo - ***Currículo Lattes***

Fredi dos Santos Bento - ***Currículo Lattes***

Guilherme Mendes Tomaz dos Santos - ***Currículo Lattes***

Humberto Costa - ***Currículo Lattes***

Leandro Antônio dos Santos - ***Currículo Lattes***

Lourenço Resende da Costa - ***Currículo Lattes***

Marcos Pereira dos Santos - ***Currículo Lattes***

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Boca e Bolso: Desejo, Dívida e Consumo no Brasil
Contemporâneo. Marcelo José Hanauer (Autor) --
Alegrete, RS : Editora Terried, 2025.

PDF

ISBN. 978-65-83367-71-6

1. Educação

24-225451

CDD-918.17

Índices para catálogo sistemático:

1. Educação 90.14
2. Ensino 90.9



TERRIED

www.terried.com

contato@terried.com

APRESENTAÇÃO

Escrevo este livro a partir de uma sensação de incômodo — um incômodo que cresce todas as vezes em que percebo o quanto o desejo, no Brasil contemporâneo, foi colonizado pela lógica do consumo. É uma inquietação que não nasce apenas da observação acadêmica, mas também da experiência cotidiana de quem vive, como todos nós, entre a tentação das vitrines e o aperto do fim do mês.

Boca e Bolso é um mergulho nesse intervalo. Nesse espaço tenso e ambíguo onde se encontram a subjetividade e o mercado, o afeto e a fatura, o sonho e o crédito. A ideia de “boca e bolso” é simbólica: a boca, lugar do desejo, da fome, da palavra, da promessa; o bolso, lugar da medida, da contenção, da dívida. Um não existe sem o outro — e é nesse movimento pendular que se constitui a experiência do consumo no Brasil.

Não se trata, aqui, de um livro de economia, nem de moral. É um livro sobre as tramas invisíveis que conectam o querer e o poder. Sobre como as estruturas financeiras e comunicacionais moldam afetos, identidades e modos de existir. O consumo é, ao mesmo tempo, instrumento e sintoma: ele expressa o desejo de pertencimento, mas também denuncia a solidão e o desamparo de uma sociedade que transformou quase tudo em mercadoria — inclusive o amor, o tempo e a esperança.

Ao longo das páginas, percorro autores e experiências que me ajudaram a compreender esse território movediço. Falo de Byung-Chul Han e sua “sociedade do cansaço”, de Bauman e o consumo como forma de existência, de Lazarato e a fábrica do homem endividado. Mas falo também das vozes anônimas que atravessam o país — as conversas em filas de banco, os boletos impressos (ou digitais) em papel térmico, o brilho discreto de uma vitrine num bairro periférico. Falo das narrativas que se repetem, com pequenas variações, e que revelam o quanto o endividamento se tornou linguagem de sobrevivência.

Escrever este livro foi também um exercício de atravessamento pessoal. Nele, reconheço as vezes em que desejei o que não precisava, em que confundi

liberdade com poder de compra, em que medi sucesso pela capacidade de pagar em dia. O consumo nos atravessa antes mesmo que possamos julgá-lo — ele é o espelho e o disfarce de uma busca por reconhecimento que, muitas vezes, o dinheiro apenas mascara.

O Brasil que aparece aqui é um país em dívida — não apenas financeira, mas simbólica, histórica e afetiva. Um país que tenta, todos os dias, reconciliar a boca que sonha com o bolso que limita. Um país que aprendeu a parcelar a vida em doze vezes, sem juros aparentes, mas com alto custo emocional.

Mais do que oferecer soluções, *Boca e Bolso* pretende provocar perguntas. Que tipo de liberdade é possível numa sociedade sustentada pela promessa do crédito? O que o endividamento diz sobre nossas relações com o tempo, com os outros e conosco mesmos? O que significa desejar, quando o desejo é constantemente fabricado e vendido?

Este é um livro sobre o Brasil, mas também sobre o humano. Sobre o modo como as subjetividades se constroem entre a escassez e o excesso, entre o silêncio da falta e o ruído da abundância. A cada capítulo, tento costurar as dimensões econômica, ética e poética do consumo, sem hierarquizá-las, mas permitindo que se contaminem mutuamente — porque é nesse cruzamento que a vida acontece.

Escrevi com a esperança de que o leitor encontre, nestas páginas, não apenas uma análise, mas um espelho. Que se veja nas histórias, nos conceitos, nas entrelinhas. Que reconheça que o consumo não é apenas o que fazemos, mas também o que nos faz.

Se este livro provocar desconforto, ótimo. Mas se também despertar empatia, melhor ainda. Porque compreender o que nos leva a desejar é o primeiro passo para desejar de outro modo. E talvez, ao repensar o vínculo entre a boca e o bolso, possamos reencontrar o valor do que realmente importa — aquilo que não se compra, mas nos sustenta: a palavra, o encontro, o afeto, a dignidade.

Marcelo José Hanauer
Professor e Pesquisador

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	8
CAPÍTULO 1	
BOCA E BOLSO NO CAPITALISMO BRASILEIRO: TENSÕES ENTRE DESEJO E CAPACIDADE DE CONSUMO.....	11
CAPÍTULO 2	
EIXO 1 – ECONÔMICO: ENDIVIDAMENTO E CONSUMO.....	15
CAPÍTULO 3	
EIXO 2 – PSICOLÓGICO: COMPORTAMENTO E SUBJETIVIDADE	35
CAPÍTULO 4	
EIXO 3 – SOCIOLÓGICO: DESIGUALDADE E ESTRUTURA SOCIAL	54
CAPÍTULO 5	
EIXO 4 – POLÍTICO: REGULAÇÃO E POLÍTICAS PÚBLICAS.....	74
CAPÍTULO 6	
EIXO 5 – CULTURAL E FILOSÓFICO: CONSUMO, DESEJO E ÉTICA	94
CAPÍTULO 7	
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	114

INTRODUÇÃO

A relação entre “boca e bolso” tornou-se uma metáfora reveladora das contradições que atravessam o capitalismo contemporâneo, sobretudo no contexto brasileiro. A expressão, amplamente explorada neste estudo, sintetiza a tensão entre o desejo de consumo — simbolizado pela “boca”, que fala, pede e projeta o prazer — e a capacidade material de pagamento — representada pelo “bolso”, que regula, limita e frustra. Essa dualidade expressa mais do que uma discrepância financeira: trata-se de um fenômeno estrutural que envolve dimensões econômicas, psicológicas, políticas e éticas da vida social. No Brasil, marcado por desigualdades históricas, crédito caro e políticas de renda insuficientes, essa incoerência entre o querer e o poder tornou-se não apenas habitual, mas constitutiva da experiência social e subjetiva do consumo (Gentil, 2021).

Com a financeirização da economia e a expansão do crédito ao consumo a partir dos anos 2000, o ato de comprar passou a desempenhar papel central na reprodução da vida social. O acesso a bens e serviços tornou-se, para muitos, sinônimo de inclusão e pertencimento, ainda que mediado por endividamento. Segundo dados recentes da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), cerca de 77% das famílias brasileiras declaram-se endividadas — índice que revela o quanto a manutenção do consumo depende da antecipação de renda e da adesão a sistemas de crédito. Essa estrutura sustenta uma lógica paradoxal: o crédito amplia o acesso, mas simultaneamente aprisiona o consumidor em ciclos de dependência. Desse modo, a coerência entre boca e bolso é corroída pela própria dinâmica do sistema, no qual o desejo é estimulado a exceder as condições materiais (Bauman, 2008).

A presente pesquisa parte da hipótese de que a incoerência entre desejo e capacidade de consumo é funcional ao capitalismo financeirizado, que depende da constante expansão do crédito e da criação de novas formas de endividamento. Nessa perspectiva, o consumo não é apenas uma prática econômica, mas um dispositivo de subjetivação: consome-se para existir, para ser visto, para ser reconhecido. A publicidade, as redes digitais e os meios de

comunicação moldam desejos, fabricam necessidades e configuram modos de vida. O crédito, por sua vez, aparece como instrumento que promete autonomia, mas frequentemente gera subordinação financeira e emocional. Assim, compreender a dissociação entre boca e bolso significa também compreender o modo como o capitalismo contemporâneo captura o desejo e o converte em dívida (Baudrillard, 1995).

O objetivo central deste estudo é analisar, sob uma abordagem interdisciplinar, as implicações econômicas, sociais, psicológicas e filosóficas da relação entre desejo e capacidade de consumo no contexto brasileiro. Busca-se evidenciar como o crédito fácil, a alta das taxas de juros e a precarização das condições de trabalho reconfiguram o comportamento das famílias e alteram o modo como o consumo é percebido e vivenciado. Ao discutir esses elementos, pretende-se demonstrar que a incoerência entre boca e bolso não é resultado da falta de educação financeira individual, mas consequência direta de um modelo econômico que desloca a responsabilidade estrutural para o campo moral, culpabilizando o sujeito endividado e ocultando os mecanismos de exploração financeira (Lavinias, 2024).

A proposta metodológica do estudo apoia-se na análise de fontes econômicas, relatórios institucionais e produções teóricas de autores como Zygmunt Bauman, Pierre Bourdieu, Jean Baudrillard, Lena Lavinias e Bruno Gentil, articulando teoria e dados empíricos. A abordagem é de natureza qualitativa e analítica, voltada à compreensão das relações simbólicas que sustentam o consumo como prática social. Assim, a reflexão sobre a coerência entre boca e bolso ultrapassa a análise macroeconômica e adentra o campo da filosofia moral e da psicologia social, investigando como a promessa de felicidade por meio do consumo se converte em sofrimento, frustração e endividamento crônico (Bauman, 2008).

Este estudo também justifica-se pela urgência de repensar o consumo como categoria política. Em uma sociedade em que o acesso ao crédito substitui a ampliação da renda, o endividamento torna-se um dos principais mecanismos de controle social e de perpetuação da desigualdade. Ao transformar o crédito em símbolo de cidadania, o sistema financeiro redefine a noção de

liberdade: o indivíduo sente-se livre para desejar, mas limitado para realizar. Assim, discutir a coerência entre boca e bolso implica questionar o próprio conceito de autonomia no capitalismo tardio — um sistema que promete emancipação através do mercado, mas que, de fato, amplia a dependência e a vulnerabilidade. Nesse sentido, o trabalho propõe-se a contribuir para a construção de uma ética do consumo consciente, que articule desejo, limite e responsabilidade (Sennett, 1998).

Em termos epistemológicos, o estudo inscreve-se no campo das ciências humanas e sociais aplicadas, com ênfase na economia política, na sociologia do consumo e na filosofia contemporânea. A reflexão teórica dialoga com autores que problematizam a alienação do sujeito frente à lógica do capital e as implicações morais do consumo exacerbado. A coerência entre boca e bolso, portanto, é aqui compreendida como um campo de disputa simbólica e material, onde se entrelaçam economia, desejo e ética. O estudo busca, assim, oferecer um panorama crítico das forças que orientam o comportamento de consumo no Brasil e propor alternativas de leitura que visem à emancipação do sujeito frente às coerções do mercado (Furtado, 2007).

Por fim, a justificativa prática deste trabalho fundamenta-se na relevância social do tema. Em um país no qual o endividamento é fenômeno estrutural e atinge a maioria das famílias, pensar sobre o consumo é pensar sobre dignidade, liberdade e sobrevivência. A reflexão proposta pretende abrir espaço para a construção de um debate ético e político sobre o lugar do consumo na vida contemporânea, reconhecendo que a coerência entre boca e bolso não depende apenas de escolhas individuais, mas da transformação das estruturas econômicas que definem o que é possível desejar. Assim, o estudo reivindica uma leitura crítica do capitalismo brasileiro e propõe um horizonte de maior justiça distributiva e de fortalecimento da autonomia social frente ao imperativo do consumo (Sen, 2000).

CAPÍTULO 1

BOCA E BOLSO NO CAPITALISMO BRASILEIRO: TENSÕES ENTRE DESEJO E CAPACIDADE DE CONSUMO

No contexto contemporâneo do capitalismo global e nacional, a expressão “boca e bolso” assume uma ambivalência crítica: enquanto a boca reivindica, consome e exige, o bolso regula, limita e contingência — e a coerência entre ambas torna-se altamente problemática. Em sociedades de consumo avançado, o desejo expresso pela boca coexiste com a necessidade de pagar ou, frequentemente, com a impossibilidade de fazê-lo. No Brasil, isso se torna particularmente visível. Segundo a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), cerca de 77,1% das famílias brasileiras estavam endividadadas em março de 2025 (UOL ECONOMIA, 2025a). Ainda que a inadimplência tenha se estabilizado, esse nível revela que a maioria dos lares experimenta uma tensão permanente entre o desejo de consumo (“boca”) e a obrigação de pagamento (“bolso”).

Essa dissociação tem base estrutural no imperativo de valorização do capital, que desloca o foco da produção para a expansão contínua do consumo e do crédito. No caso brasileiro, ao mesmo tempo em que os mecanismos de crédito se ampliam, a participação de dívidas no orçamento familiar cresce. Em janeiro de 2025, 20,8% das famílias declararam destinar mais da metade dos rendimentos para pagar dívidas, e a média de comprometimento foi de 30% (MONEY REPORT, 2025). Isso ilustra como o bolso fica pressionado para dar conta da boca: há o desejo de consumo, mas o orçamento bate no limite, rompendo a coerência entre o que se quer e o que se pode.

A coerência plena entre a boca e o bolso exigiria que o desejo se subordinasse ao recurso, e que o bolso regulasse com autonomia a boca — algo raro no capitalismo tardio. Além disso, no Brasil, as desigualdades de renda aprofundam essa incoerência: entre famílias com ganhos de até três salários mínimos, a proporção de endividados chegou a 79,7% em fevereiro de 2025, enquanto nos grupos com rendimentos acima de dez salários mínimos o índice foi me-

nor, ainda que superior a 65% (UOL ECONOMIA, 2025a). Assim, a coerência entre boca e bolso não é apenas uma questão de escolha individual, mas de estrutura social e econômica.

A cultura de consumo brasileira evidencia que o acúmulo de bens e a visibilidade do consumo são usados como indicadores de status. A tomada de crédito — muitas vezes via cartão ou carnê — tornou-se prática corriqueira: em maio de 2024, o endividamento atingiu 78,8% das famílias brasileiras, o maior nível desde novembro de 2022 (SUPER FINANÇAS, 2024). Esses dados mostram que o consumo (a boca) é fortemente estimulado, enquanto o bolso enfrenta a postergação dos pagamentos por meio de crédito, parcelamentos e juros. A coerência entre desejar e poder pagar, portanto, é mais exceção do que regra.

Politicamente, essa dissociação revela as desigualdades embutidas no sistema capitalista nacional. O bolso das classes trabalhadoras e dos grupos vulneráveis não permite a plena expressão da boca, enquanto os mais privilegiados podem consumir sem regulação consciente de seus recursos. O crédito e a mercantilização do consumo funcionam como mecanismos de integração dos indivíduos ao sistema de acumulação: consome-se para existir, endividar-se para continuar pertencendo. Essa lógica sustenta o que diversos autores já identificaram — que o consumo se torna uma forma de construir subjetividade, inclusive em contextos de vulnerabilidade econômica.

Sob a perspectiva ética e filosófica, a coerência entre boca e bolso remete à integridade da vida humana frente ao sistema de consumo. Quando a boca fala por excesso e o bolso arca com a penúria, o sujeito experimenta alienação: a linguagem da boca pretende liberdade, o bolso impõe limitação. Mesmo com a queda para 76,1% no percentual de famílias com dívidas a vencer em janeiro de 2025, o comprometimento da renda familiar segue elevado (UOL ECONOMIA, 2025b). A decisão ética de consumo e endividamento exige, portanto, uma ação íntegra entre boca e bolso — algo dificultado pelos mecanismos de mercado, pelas condições sociais e pela cultura do crédito.

Em síntese, no capitalismo brasileiro contemporâneo, a coerência entre a boca e o bolso é mais exceção que regra. A dinâmica consumista incentiva que

a boca deseje mais do que o bolso permite, gerando crédito, dívidas e frustrações. Para que haja coerência real, seria necessário transformar não apenas os sujeitos e suas escolhas, mas também as estruturas que mediam o consumo, a distribuição de renda e o acesso ao crédito. Sem essa mudança, a dissociação entre falar/consumir e pagar/perguntar permanece e se consolida como marca da condição capitalista no Brasil.

Com base nas considerações do ensaio acima, foram elaboradas 30 questões mobilizadoras da reflexão e análise, as quais foram organizadas em cinco eixos temáticos, para aprofundar o conhecimento e estimular reflexão crítica sobre o tema aqui proposto. Vejamos.

Eixo 1 – Econômico: endividamento e consumo: Como o endividamento das famílias brasileiras impacta a coerência entre boca e bolso? Quais fatores econômicos estruturais contribuem para a dissociação entre desejo e capacidade de pagamento? De que modo o crédito fácil influencia o comportamento de consumo das famílias? Como o crescimento da inadimplência reflete a tensão entre boca e bolso? Quais estratégias econômicas poderiam restaurar maior coerência entre desejo e capacidade financeira? Como as taxas de juros e a inflação afetam a relação entre consumo e orçamento familiar?

Eixo 2 – Psicológico: comportamento e subjetividade: Como a pressão social por consumo influencia a boca mesmo quando o bolso é limitado? Em que medida o consumo atua como construção de identidade na sociedade brasileira? Qual o impacto psicológico do endividamento prolongado sobre a percepção de coerência entre desejo e recursos? De que modo a ansiedade e o medo de exclusão social estão relacionados à tensão entre boca e bolso? Como a cultura do crédito molda a tomada de decisão individual em relação ao consumo? Quais são as implicações para a autoestima quando os desejos expressos não encontram respaldo financeiro?

Eixo 3 – Sociológico: desigualdade e estrutura social: Como as desigualdades de renda intensificam a incoerência entre boca e bolso no Brasil? De que forma a classe social influencia o padrão de consumo e endividamento? Como o capitalismo brasileiro contribui para a manutenção da desigualdade através do consumo e crédito? Em que medida o consumo se torna uma forma de in-

clusão ou exclusão social? Quais são os efeitos socioculturais de um consumo mediado por dívidas? Como a segmentação de mercado direciona desejos e limitações financeiras diferenciadas por classe?

Eixo 4 – Político: regulação e políticas públicas: Quais políticas públicas poderiam reduzir a dissociação entre boca e bolso? De que forma a regulação do crédito e dos juros poderia tornar mais coerente a relação entre desejo e capacidade de pagamento? Como o endividamento familiar pode ser visto como um problema de política econômica e social? Qual é o papel do Estado na proteção do consumidor diante do marketing e crédito fácil? Em que medida a educação financeira pode alterar a relação entre boca e bolso? Quais intervenções regulatórias poderiam reduzir desigualdades no consumo?

Eixo 5 – Cultural e filosófico: consumo, desejo e ética: Como a boca (desejo) é mobilizada culturalmente mesmo quando o bolso não acompanha? Em que medida o consumo é uma forma de expressão social e simbólica? Qual a relação ética entre o desejo de consumir e a responsabilidade econômica individual? Como a tensão entre boca e bolso reflete dilemas de liberdade e limitação na sociedade contemporânea? De que maneira o consumo pode se tornar um ato alienante frente ao capitalismo brasileiro? É possível pensar em formas de consumo consciente que integrem coerência entre desejo e recursos?

Assim sendo, nos próximos capítulos discutiremos detalhadamente (por meio de ensaios teóricos e exploratórios) as questões informadas em cada um dos cinco (5) eixos temáticos apresentados. Aproveite a leitura!

CAPÍTULO 2

EIXO 1 – ECONÔMICO: ENDIVIDAMENTO E CONSUMO

A COERÊNCIA PERDIDA: ENDIVIDAMENTO E A FISSURA ENTRE BOCA E BOLSO NO BRASIL

O endividamento das famílias brasileiras configura-se, na contemporaneidade, como um fenômeno social e econômico que transcende o campo da gestão financeira doméstica. Ele expressa, de maneira contundente, as tensões estruturais do capitalismo periférico brasileiro, no qual o consumo opera como mediador simbólico entre desejo e identidade social, ao mesmo tempo em que o crédito emerge como instrumento de inclusão e de subordinação financeira. A coerência entre “boca e bolso”, portanto, não é apenas uma metáfora moral da prudência econômica, mas um sintoma das contradições que marcam a relação entre o sujeito consumidor e o sistema econômico que o molda.

A consolidação de um modelo de crescimento assentado no crédito ao consumo, particularmente a partir dos anos 2000, reconfigurou o modo como as famílias brasileiras se relacionam com sua renda. Bruno Gentil (2021) destaca que o aumento do consumo das famílias nos anos de expansão econômica esteve fortemente vinculado ao crédito, e não a uma efetiva valorização dos salários ou estabilidade do emprego. Essa condição, que se manteve mesmo após o arrefecimento do ciclo de crescimento, gerou uma “financeirização da sobrevivência”, em que o acesso ao crédito se torna mecanismo de compensação da renda perdida e de manutenção de um padrão mínimo de consumo (Gentil, 2021). O consumo, portanto, é sustentado por uma promessa futura de renda, e o endividamento converte-se em estratégia de sustentação da vida cotidiana.

Tal processo produziu, contudo, um deslocamento importante: o crédito, que antes era uma ferramenta de investimento produtivo ou de ampliação patrimonial, passa a ser utilizado para financiar o consumo corrente. Com isso, o desejo se antecipa à possibilidade real, e o “bolso” se converte em espaço de projeção de futuros pagamentos. Quando, segundo a Confederação Nacional

do Comércio (CNC), 77,6% das famílias brasileiras declararam-se endividadas em 2025, percebe-se a extensão do fenômeno como norma estrutural (CNC, 2025). Esse dado revela que o consumo no Brasil contemporâneo é, em larga medida, um consumo a crédito — e, portanto, uma experiência de adiamento da coerência entre desejo e capacidade.

O impacto dessa dinâmica na coerência entre boca e bolso é profundo, pois o endividamento reorganiza o presente e o futuro das famílias. Quando parcelas crescentes da renda mensal — cerca de 28,6%, segundo dados da Federação Brasileira de Bancos (Febraban, 2024) — são destinadas ao pagamento de dívidas, o espaço para consumo espontâneo, poupança ou investimento se estreita. A coerência entre o que se deseja e o que se pode efetivamente consumir se torna precária, porque o bolso já não expressa a renda disponível, mas a renda comprometida. O consumo, nesse sentido, transforma-se em um ato de esperança: consome-se hoje na expectativa de que o futuro suportará o custo.

A esse processo soma-se o papel da cultura de consumo, que reforça a incongruência entre o poder aquisitivo real e o desejo de pertencimento. Em uma sociedade profundamente marcada pela lógica publicitária, o consumo é investido de significados simbólicos que transcendem a função utilitária dos bens. Como observa Bauman (2008), “na modernidade líquida, o consumo deixou de ser uma prática para atender necessidades e passou a ser o principal meio de expressão de identidade”. A publicidade e o crédito conjugam-se, portanto, na produção de um sujeito desejante, cuja satisfação se mede não pela posse de bens, mas pela possibilidade de acesso. A coerência entre boca e bolso é continuamente desestabilizada por essa engenharia do desejo.

Os impactos psicológicos e sociais desse processo também merecem atenção. A literatura sobre vulnerabilidade financeira evidencia que o endividamento não se distribui de forma homogênea, mas reproduz desigualdades estruturais. Estudo da Fundação Getúlio Vargas (2025) sobre disparidades regionais do endividamento familiar indica que o Sul e o Sudeste concentram maior proporção de famílias endividadas, mas as famílias do Norte e Nordeste enfrentam condições mais severas de sobreendividamento, dado o menor poder de renda (FGV, 2025). Assim, a coerência entre boca e bolso é também expressão da

desigualdade: quanto menor o bolso, maior a distância em relação ao desejo legitimado socialmente.

A expansão do crédito digital e das finanças tecnológicas intensificou essas tensões. Yue et al. (2022) alertam que, embora as inovações financeiras ampliem o acesso ao sistema bancário, elas também “aumentam o risco de que famílias de baixa renda caiam em uma armadilha de dívida” (YUE et al., 2022, p. 3). No caso brasileiro, onde o crédito rotativo do cartão e o consignado lideram as modalidades de endividamento, o bolso do trabalhador passa a ser diretamente apropriado pelo sistema financeiro, reduzindo sua autonomia e reforçando o ciclo de dependência. Assim, o endividamento deixa de ser um acidente individual para tornar-se expressão do modo de funcionamento da economia nacional.

A coerência entre desejo e capacidade de consumo, portanto, é minada por uma dupla dinâmica: de um lado, pela estrutura econômica que comprime a renda e amplia a vulnerabilidade; de outro, pela cultura de consumo que eleva o desejo a horizonte de pertencimento. Nesse entrelaçamento, o “boca e bolso” revela o dilema do consumidor periférico: desejar é quase uma exigência moral, mas poder pagar é privilégio. A tensão entre ambos é mediada pela dívida, que atua como dispositivo de inclusão ilusória e de controle real. Conforme argumenta Gentil (2021), o endividamento das famílias “não é um desvio, mas parte do próprio funcionamento do capitalismo contemporâneo brasileiro”, no qual a renda se torna insuficiente para sustentar a reprodução social sem o apoio do crédito.

Diante desse quadro, a coerência entre boca e bolso exige ser repensada em termos estruturais e não morais. O desafio não está apenas em educar financeiramente as famílias, mas em compreender que o endividamento é produto de um sistema que naturaliza a expansão do crédito como motor da economia e legitima o consumo como expressão de cidadania. Recuperar a coerência entre desejo e capacidade requer, portanto, políticas públicas que restabeleçam a centralidade da renda e da proteção social, bem como práticas de regulação do crédito e de combate às taxas de juros abusivas. Apenas assim o bolso poderá voltar a expressar a realidade, e a boca, o desejo dentro de limites sustentáveis.

Em linhas gerais, o endividamento das famílias brasileiras impacta a coerência entre boca e bolso ao deslocar o equilíbrio entre desejo e capacidade para uma relação de subordinação da renda ao crédito. Essa incoerência é mais do que um problema financeiro: é uma manifestação simbólica da forma como o capitalismo brasileiro captura o desejo e o transforma em dívida. A coerência, nesse contexto, não se perde por descuido, mas é sistematicamente corroída por um modelo que precisa da incongruência entre o que se quer e o que se pode para continuar se expandindo. O bolso, então, deixa de ser limite para se tornar promessa, e a boca, que antes falava de desejo, passa a ecoar a voz do endividamento.

A DISSOCIAÇÃO ESTRUTURAL: BOCA E BOLSO NO CAPITALISMO FINANCEIRIZADO BRASILEIRO

A dissociação entre o desejo e a capacidade de pagamento no contexto brasileiro não é um fenômeno episódico nem apenas moral. Trata-se de uma expressão profunda das contradições estruturais do capitalismo financeirizado, no qual o consumo se torna elemento central da reprodução social, e o crédito, sua engrenagem de sustentação. Nesse cenário, o desejo é produzido e estimulado por dispositivos culturais, midiáticos e institucionais que associam valor e pertencimento à capacidade de consumir. Entretanto, a capacidade de pagamento permanece atrelada a uma economia de base desigual, sustentada em rendas precárias, juros elevados e concentração patrimonial. Assim, a dissociação entre o que se quer e o que se pode pagar é tanto econômica quanto simbólica, e reflete a lógica de um sistema que precisa manter o desejo em expansão, mesmo quando o bolso encolhe.

Um dos fatores estruturais mais determinantes para essa dissociação é a precarização da renda do trabalho. O mercado laboral brasileiro tem apresentado, nas últimas décadas, altos índices de informalidade e uma tendência à estagnação dos salários reais. Isso significa que o consumo das famílias cresce mais pela ampliação do crédito do que pela melhoria da renda. Gentil (2021) observa que “a financeirização das famílias, ao transformar o crédito em substituto da renda, desloca a reprodução social para a lógica do endividamento” (p.

8). Em outras palavras, o crédito passa a preencher o vazio deixado pela insuficiência salarial, permitindo a realização momentânea do desejo, mas comprometendo o futuro da capacidade de pagamento. Essa substituição estrutural da renda pelo crédito cria um ciclo de vulnerabilidade, no qual a manutenção do consumo depende de um endividamento crescente.

Além disso, o modelo de crescimento econômico brasileiro tem sido fortemente dependente do estímulo ao consumo, especialmente desde o início dos anos 2000. A expansão do crédito — impulsionada por bancos públicos e privados — foi tratada como política anticíclica e instrumento de inclusão. Garber, Ponticelli e Sufi (2018) demonstram que “a ampliação do crédito familiar no Brasil foi sustentada por políticas de estímulo e reformas institucionais que aumentaram a exposição das famílias ao risco de inadimplência” (p. 22). O que se configurou como democratização do acesso ao crédito, na prática, significou a transferência do risco econômico para os consumidores. Assim, o desejo de consumir foi legitimado pelo Estado e pelos mercados, mas sem que a estrutura produtiva ou a distribuição de renda acompanhassem o ritmo dessa expansão. O resultado foi o crescimento da dívida das famílias e a crescente distância entre o poder de compra real e o poder de consumo simbólico.

Outro fator decisivo é o próprio desenho do sistema financeiro nacional. O Brasil possui uma das taxas de juros reais mais altas do mundo, o que faz com que o custo do crédito seja desproporcionalmente elevado em relação à renda média da população. Montani, Sarno e Feijó (2023) ressaltam que “a deterioração da renda do trabalho e o aumento da dependência do crédito geraram um ciclo de fragilidade financeira das famílias” (p. 14). Essa fragilidade é estrutural: as famílias são incentivadas a consumir por meio do crédito, mas encontram-se presas em contratos de longo prazo com juros que corroem parte significativa da renda. Quando grande parte do orçamento familiar é direcionada ao pagamento de dívidas, a capacidade de pagamento se reduz, e o desejo de consumo, paradoxalmente, é mantido por novas promessas de crédito. O endividamento torna-se, assim, mecanismo de reprodução da desigualdade.

A desigualdade de renda, por sua vez, não apenas limita o bolso, mas amplia o desejo. Em uma sociedade marcada por abismos socioeconômicos,

o consumo adquire função simbólica de pertencimento. Lavinas (2024) afirma que “a política de crédito no Brasil, ao democratizar o acesso ao consumo, não promoveu redistribuição de renda, o que fez com que o endividamento se tornasse a principal via de inserção simbólica no mercado” (p. 5). O crédito, portanto, cumpre um papel ambíguo: amplia a sensação de inclusão social, mas perpetua a exclusão econômica. O desejo de consumir é socialmente incentivado, mas a capacidade de pagamento é estruturalmente contida. Essa tensão constitui o núcleo da dissociação entre boca e bolso — uma incoerência que é funcional ao sistema, pois mantém o consumo em expansão, ainda que ancorado na dívida.

Outro aspecto estrutural relevante é a informalidade e a instabilidade do emprego. Cerca de 39% da força de trabalho brasileira atua em condições informais, sem estabilidade de renda ou proteção social. Isso torna o planejamento financeiro doméstico precário e faz com que o crédito seja utilizado como mecanismo de amortecimento de crises cotidianas, não apenas como meio de consumo. Camanho et al. (2025) identificam que “a estrutura do endividamento das famílias reflete as vulnerabilidades do próprio mercado de trabalho e reforça a instabilidade da renda” (p. 12). Assim, o desejo não se dissocia da necessidade: o crédito é usado tanto para financiar bens simbólicos quanto para garantir a sobrevivência material. Essa sobreposição entre desejo e necessidade distorce a relação entre consumo e capacidade, pois transforma o endividamento em componente estrutural da economia doméstica.

A arquitetura institucional das políticas macroeconômicas também contribui para esse quadro. O Estado brasileiro, historicamente, tem incentivado o crédito como forma de dinamizar o mercado interno, mas sem alterar as bases distributivas que determinam a renda das famílias. A ampliação do crédito sem uma política correspondente de valorização do trabalho ou de regulação de juros cria um cenário em que o acesso é amplo, mas o custo é insustentável. Garber et al. (2020), ao analisarem o papel dos bancos públicos, concluem que “a expansão do crédito através de instituições estatais teve efeito de curto prazo sobre o crescimento, mas acentuou o endividamento estrutural das famílias” (p. 18). Assim, o próprio Estado, ao estimular o consumo, contribui para a dis-

sociação entre o desejo e a capacidade, perpetuando a dependência do crédito como motor econômico.

Por fim, a cultura de consumo desempenha um papel transversal na sustentação desse descompasso. A publicidade e as redes digitais reforçam o ideal de acesso e instantaneidade, transformando o crédito em instrumento de realização imediata. O desejo, nesse sentido, é constantemente produzido e reatualizado, enquanto a capacidade de pagamento se mantém limitada. Como observa Bauman (2008), “na sociedade de consumidores, o impulso de comprar substitui o impulso de viver” (p. 52). A lógica cultural do consumo se articula, portanto, com a estrutura econômica, criando um ciclo em que o indivíduo é levado a desejar continuamente aquilo que o sistema financeiro está pronto a vender — mesmo que isso comprometa seu futuro.

De modo geral, a dissociação entre o desejo e a capacidade de pagamento no capitalismo brasileiro é produto de uma combinação complexa de fatores: precarização do trabalho, concentração de renda, juros elevados, expansão creditícia e cultura de consumo. Essa dissociação não é um acidente, mas uma engrenagem essencial do modelo econômico vigente. O sistema precisa manter o desejo em movimento e o bolso em dívida, pois é a tensão entre ambos que alimenta o circuito da financeirização. Como conclui Gentil (2021, p. 10), “o endividamento das famílias não é desvio, mas componente necessário à acumulação capitalista no Brasil”. Assim, compreender esses fatores é compreender a própria racionalidade do capitalismo financeirizado, no qual a coerência entre boca e bolso se torna inviável, e a promessa de consumo é o principal produto à venda.

CRÉDITO FÁCIL E A RECONFIGURAÇÃO DO CONSUMO: ENTRE A PROMESSA DE INCLUSÃO E A SUJEIÇÃO AO ENDIVIDAMENTO

O crédito fácil, ao longo das últimas décadas, tornou-se um dos principais mediadores entre o desejo e o consumo no capitalismo contemporâneo, especialmente no contexto brasileiro, onde o acesso ao crédito se expandiu de forma acelerada sem que houvesse crescimento proporcional da renda real. Essa expansão alterou profundamente o comportamento de consumo das famí-

lias, instaurando uma nova racionalidade econômica e subjetiva, marcada pela antecipação da satisfação e pelo adiamento da responsabilidade financeira. A possibilidade de consumir antes de possuir os recursos necessários produz um deslocamento temporal que impacta a percepção de valor, a relação com o tempo e a própria noção de limite. O ato de comprar passa a ser guiado menos pela disponibilidade material e mais pela disponibilidade simbólica do crédito, que se apresenta como extensão da renda e instrumento de pertencimento social.

Esse processo é sustentado por uma estrutura financeira que, sob o pretexto de democratizar o acesso ao consumo, reproduz formas sofisticadas de dependência. O Banco Central do Brasil (2025) evidencia que, embora o número de famílias com acesso a linhas de crédito tenha crescido significativamente, o custo médio do crédito pessoal permanece entre os mais altos do mundo, com taxas superiores a 140% ao ano. Essa contradição ilustra o paradoxo do crédito fácil: o acesso é ampliado, mas o custo é proibitivo. Para as famílias de baixa e média renda, essa combinação implica um endividamento que tende a se perpetuar, uma vez que a parcela considerável da renda mensal é destinada ao pagamento de juros e refinanciamentos. Bonomo et al. (2025) apontam que “a dispersão das taxas de juros evidencia uma desigualdade financeira estrutural, onde os mais pobres pagam mais pelo crédito do que os ricos” (p. 12), demonstrando que a facilidade de obtenção do crédito não se traduz em equidade ou estabilidade econômica, mas em vulnerabilidade progressiva.

Do ponto de vista psicológico e comportamental, a expansão do crédito fácil atua sobre os mecanismos de decisão e percepção do consumidor. Ao permitir parcelamentos longos, prazos dilatados e juros aparentemente invisíveis, o sistema creditício reduz a chamada “dor de pagar” — conceito de Zeller-mayer (1996) que descreve o desconforto cognitivo associado ao ato de gastar. Esse amortecimento simbólico do custo imediato transforma o consumo em um ato emocional e impulsivo, dissociado da avaliação racional do orçamento. Pesquisas com jovens consumidores brasileiros demonstram que o uso de cartões e limites pré-aprovados eleva significativamente a tendência à compra compulsiva, sobretudo entre os indivíduos com menor controle emocional e literacia financeira. Veludo et al. (2014) observaram que “a posse de um cartão

de crédito aumenta o comportamento de compra compulsiva e reduz a percepção do impacto financeiro da dívida” (p. 113), o que evidencia que o crédito não é apenas um instrumento econômico, mas um mediador psíquico da relação entre desejo e satisfação.

Além dos fatores psicológicos, há uma dimensão cultural que sustenta a naturalização do crédito como parte constitutiva do cotidiano financeiro. No Brasil, o parcelamento é mais do que uma modalidade de pagamento; é um modo de vida. O ato de “caber no orçamento” tornou-se sinônimo de “caber na parcela”, e essa inversão semântica revela uma mudança estrutural na lógica de consumo. O valor total de um bem perde relevância diante da quantia mensal a ser paga, e a decisão de compra passa a se basear na elasticidade do crédito, não na estabilidade da renda. Essa lógica é intensificada por estratégias de marketing e plataformas digitais que oferecem crédito instantâneo no ponto de venda, como as modalidades “compre agora, pague depois” (Buy Now, Pay Later — BNPL). Estudos internacionais indicam que o uso do BNPL aumenta em até 6% o volume de compras on-line e reduz a sensibilidade do consumidor ao preço total, reforçando o efeito de antecipação da recompensa (KUMAR; SALO; BEZAWADA, 2024). No Brasil, essa modalidade se expande rapidamente, sobretudo entre consumidores jovens, reforçando o ciclo de endividamento precoce e o comportamento de consumo baseado em prazer imediato.

Entretanto, a facilidade de crédito não se distribui uniformemente na sociedade. As famílias com menor escolaridade, renda instável e baixa literacia financeira são as mais suscetíveis aos riscos de endividamento excessivo. Silva, Costa e Bortolon (2024) argumentam, a partir de uma revisão sistemática, que “vieses comportamentais como excesso de confiança, otimismo e contabilidade mental estão fortemente associados à decisão de contrair dívidas impagáveis” (p. 7). Essa relação revela um duplo mecanismo: o crédito fácil intensifica a propensão ao consumo, ao mesmo tempo em que aumenta a probabilidade de erro de cálculo e de subestimação do risco. Em contextos de desigualdade estrutural, como o brasileiro, o resultado é a ampliação das disparidades, pois enquanto o crédito impulsiona o consumo das classes médias e baixas, ele também as aprisiona em um ciclo de pagamento contínuo, onde a renda futura é constantemente antecipada e comprometida.

A penetração das fintechs e dos bancos digitais ampliou ainda mais o alcance do crédito fácil, promovendo a ideia de inclusão financeira através da conveniência tecnológica. Contudo, essa inclusão é frequentemente ilusória. A rapidez na aprovação e a ausência de mediação humana eliminam barreiras reflexivas, o que aumenta o risco de decisões impulsivas e sobreposição de dívidas. Estudos da TransUnion (2024) mostram que 62% dos consumidores brasileiros com mais de um produto de crédito possuem também algum grau de inadimplência. A facilidade de acesso, portanto, não implica em sustentabilidade financeira, mas em aceleração do ciclo de endividamento. O comportamento de consumo torna-se cada vez mais mediado por algoritmos que recomendam crédito conforme padrões de gasto, o que reforça a personalização do incentivo e a dificuldade de autocontenção.

É nesse ponto que o crédito fácil deixa de ser apenas um instrumento econômico para tornar-se um mecanismo disciplinador, no sentido foucaultiano do termo. Ele regula comportamentos, produz subjetividades e organiza o tempo das famílias em torno de compromissos financeiros permanentes. O consumo, nesse contexto, torna-se uma obrigação moral e identitária: consumir é provar pertencimento. E o crédito, sendo o meio de acesso ao consumo, transforma-se em promessa de inclusão. Contudo, essa inclusão é condicionada, pois pressupõe a adesão ao endividamento como norma. O crédito fácil reconfigura o tempo social, na medida em que converte o futuro em garantia do presente, e o presente em projeção de dívida.

De forma resumida, o crédito fácil influencia o comportamento de consumo das famílias brasileiras ao modificar suas percepções, expectativas e modos de decisão. Ele antecipa o desejo, posterga a culpa, oculta o custo e naturaliza o endividamento como prática social. Mais do que um instrumento de compra, o crédito se torna uma linguagem econômica e simbólica que molda a relação das pessoas com o dinheiro e com o tempo. Em um país onde as desigualdades estruturais permanecem elevadas e os mecanismos de proteção social são frágeis, essa facilidade de acesso tende a reproduzir vulnerabilidades e a aprofundar o ciclo de consumo financiado. A promessa de liberdade que o crédito oferece converte-se, paradoxalmente, em um novo tipo de sujeição: a sujeição ao capital financeiro e à temporalidade da dívida.

A INADIMPLÊNCIA COMO EXPRESSÃO DA CONTRADIÇÃO ENTRE DESEJO E CAPACIDADE: A TENSÃO ESTRUTURAL ENTRE BOCA E BOLSO NO CAPITALISMO BRASILEIRO

O crescimento da inadimplência no Brasil constitui um dos fenômenos mais reveladores das contradições estruturais do capitalismo contemporâneo e, em especial, da economia brasileira marcada pela desigualdade e pela financeirização da vida cotidiana. Quando as famílias passam a acumular dívidas que não conseguem honrar, o que se expressa não é apenas uma desordem financeira pontual, mas o descompasso persistente entre o desejo de consumo e a capacidade real de pagamento — entre a boca, movida pelo apelo simbólico do consumo, e o bolso, restrito por rendas estagnadas, juros altos e vulnerabilidade estrutural. A inadimplência, portanto, emerge como o sintoma mais visível da incoerência entre o que se deseja e o que se pode, entre o imaginário da inclusão e a realidade da restrição.

Os números recentes tornam essa tensão palpável. Em 2025, a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) registrou que 78,4% das famílias brasileiras estavam endividadadas e 29,5% encontravam-se inadimplentes, ou seja, com dívidas em atraso. Esses índices não são anômalos, mas estruturais: ao longo da última década, o endividamento das famílias manteve-se acima de 75%, revelando que o crédito se tornou o motor central da sustentação do consumo. Esse cenário evidencia que boa parte das aquisições das famílias brasileiras não decorre de renda disponível, mas de crédito antecipado. A inadimplência, nesse contexto, surge como o ponto de ruptura em que o ciclo de antecipação se esgota — o momento em que o bolso já não acompanha a velocidade da boca.

Essa relação revela uma dupla dinâmica. De um lado, o crédito é ofertado como promessa de liberdade de consumo e símbolo de inclusão financeira; de outro, ele representa um mecanismo de subordinação que transforma a renda futura em obrigação presente. Estudos da Fundação Getúlio Vargas (FGV, 2025) mostram que a desigualdade regional e de renda influencia diretamente a probabilidade de inadimplência: quanto menor o rendimento familiar e maior o custo do crédito, maior o risco de atraso. Essa assimetria reforça a ideia de

que o crédito fácil não é um vetor de democratização, mas de dependência. Ao permitir que famílias com baixa renda acessem bens e serviços de maneira imediata, o sistema financeiro cria uma inclusão subordinada, em que o pertencimento simbólico é comprado à custa de exclusão futura. O endividamento, portanto, não é apenas o preço da escolha, mas o preço da sobrevivência em uma economia que converte o consumo em critério de cidadania.

Nesse sentido, a inadimplência deve ser interpretada como fenômeno macroeconômico e sociológico. Ela expressa a falência de um modelo de crescimento sustentado pelo crédito em um contexto de salários estagnados, de alta informalidade e de juros reais persistentemente elevados. De acordo com o Banco Central do Brasil (2025), as taxas médias de juros ao consumidor ultrapassam 140% ao ano em modalidades não colateralizadas, como o crédito rotativo, o que torna a dívida impagável em médio prazo. Bonomo et al. (2025) demonstram que “a dispersão das taxas de juros evidencia uma desigualdade financeira estrutural”, na qual os mais pobres pagam juros muito mais altos que os segmentos de maior renda. Isso significa que a própria estrutura do crédito reforça a desigualdade e amplia a vulnerabilidade das famílias, fazendo com que o risco de inadimplência seja não um desvio, mas um resultado previsível.

A ampliação dos níveis de inadimplência também tem dimensões comportamentais e culturais. No Brasil, a normalização do parcelamento e do consumo a prazo produziu uma nova forma de relação com o tempo e com o dinheiro. Comprar tornou-se um ato de fé no futuro, um gesto de confiança na renda que virá. A cultura do crédito reconfigura a temporalidade econômica, diluindo a fronteira entre presente e futuro e tornando o endividamento uma condição ordinária da vida financeira. A “boca”, estimulada pelo desejo e pelo marketing, é constantemente persuadida a consumir; o “bolso”, por sua vez, é chamado a suportar essa decisão sob a forma de parcelas intermináveis. Quando choques inflacionários, desemprego ou elevação dos juros desorganizam esse equilíbrio frágil, a inadimplência se torna o desfecho inevitável.

Além disso, a inadimplência não é um fenômeno que se restringe às classes de menor renda, embora nelas seja mais devastadora. Ela atravessa todo o espectro social e se enraíza em uma cultura econômica na qual o crédito se con-

funde com poder de compra e o consumo, com status e pertencimento. Estudos sobre comportamento financeiro apontam que famílias de classe média também são fortemente afetadas por um padrão aspiracional de consumo que ultrapassa a renda disponível. A inadimplência, assim, se transforma em um marcador social: quanto mais o consumo é utilizado como símbolo de distinção, maior é a tendência a contrair dívidas para sustentar essa imagem. O resultado é a ampliação do descompasso entre a vida desejada e a vida possível, entre a boca que sonha e o bolso que se esgota.

Em termos estruturais, a elevação da inadimplência tem implicações que transcendem o indivíduo. No plano macroeconômico, ela revela o enfraquecimento do poder de compra das famílias e o esgotamento do modelo de crescimento via crédito. Quando um terço das famílias brasileiras encontra-se em atraso, o circuito do consumo — que foi o principal motor do crescimento na década de 2000 — passa a operar em regime de saturação. Essa situação gera uma retroalimentação negativa: o aumento da inadimplência leva os bancos a restringirem o crédito, o que, por sua vez, reduz o consumo e desacelera a economia. O ciclo vicioso que se forma é a expressão objetiva da tensão entre desejo e capacidade: o sistema estimula o consumo, mas a própria expansão do crédito destrói as condições que o sustentam.

Do ponto de vista simbólico, a inadimplência também atua como um dispositivo de controle social. Ao mesmo tempo em que o crédito é apresentado como um instrumento de liberdade, ele produz novas formas de sujeição, pois o consumidor inadimplente é marginalizado do sistema financeiro e estigmatizado como irresponsável. Essa estigmatização obscurece o caráter estrutural do problema, atribuindo às famílias a culpa por uma dinâmica que é produto de desigualdades históricas. Assim, o “fracasso” em pagar as dívidas é interpretado como falha moral, quando na verdade é efeito do próprio modelo econômico que sobrecarrega o bolso enquanto alimenta a boca. O resultado é um círculo de exclusão: o consumidor endividado perde poder de compra, crédito e reputação, mas o sistema continua a depender de sua aspiração de consumo.

De maneira geral, o crescimento da inadimplência reflete a materialização da tensão entre boca e bolso, entre o desejo permanentemente estimulado e

a capacidade constantemente comprimida. Ele revela que o consumo, no Brasil, não é sustentado pela ampliação da renda, mas pela expansão do crédito e pela promessa de acesso. A inadimplência, nesse sentido, é o ponto de ruptura do sonho de consumo: o instante em que o desejo, transformado em dívida, colide com a realidade econômica e expõe a insustentabilidade de um modelo de inclusão via endividamento. Trata-se, portanto, de um fenômeno que não deve ser lido como desvio, mas como expressão regular de um sistema que vive de estimular a boca enquanto esvazia o bolso.

ENTRE O DESEJO E A SOLVÊNCIA: ESTRATÉGIAS ECONÔMICAS PARA RESTAURAR A COERÊNCIA ENTRE BOCA E BOLSO NO CAPITALISMO BRASILEIRO

Restaurar a coerência entre desejo e capacidade financeira no Brasil contemporâneo exige compreender que a tensão entre “boca” e “bolso” é mais do que uma metáfora social; ela é o sintoma de uma estrutura econômica baseada na desigualdade distributiva e na financeirização do consumo. A economia brasileira, ao longo das últimas décadas, construiu um modelo de crescimento sustentado pelo crédito e não pela renda, o que produziu uma sociedade permanentemente endividada e dependente de mecanismos financeiros para manter padrões mínimos de consumo. A coerência entre o que se deseja e o que se pode depende, portanto, de estratégias econômicas capazes de articular redistribuição de renda, regulação financeira e formação de uma cultura de consumo mais crítica e informada.

O primeiro eixo dessas estratégias diz respeito à renda e ao trabalho. A valorização do salário mínimo, a formalização das relações laborais e o fortalecimento das políticas de proteção social são condições essenciais para recompor o poder de compra das famílias. Giambiagi (2025) observa que “a regra de correção do salário mínimo, que vincula o reajuste à variação do INPC e ao PIB de dois anos anteriores, tende a produzir ganhos reais acumulados de até 165 bilhões em quatro anos” (p. 4), reforçando a importância das políticas salariais como instrumento de justiça distributiva. O aumento real da renda atua diretamente sobre a capacidade financeira, reduzindo a dependência estrutural do

crédito e permitindo que o consumo se baseie mais em ganhos produtivos do que em antecipação de renda. Contudo, tais medidas devem ser acompanhadas por políticas de produtividade e estabilidade macroeconômica, evitando que o avanço da renda seja neutralizado por inflação ou retração fiscal.

Em paralelo à renda, é preciso enfrentar o desenho regressivo do sistema de crédito brasileiro, que continua a transferir renda das classes médias e populares para o setor financeiro. O Banco Central do Brasil (2025) revela que as taxas de juros nas modalidades de crédito pessoal atingem níveis médios superiores a 140% ao ano, o que cria uma barreira estrutural ao equilíbrio financeiro. Bonomo et al. (2025) destacam que “a heterogeneidade das taxas reflete a profunda desigualdade de informação e de poder de barganha entre instituições e consumidores” (p. 12). Reduzir essa assimetria implica ampliar a concorrência, garantir a transparência das operações e aprofundar a integração do Open Finance, que permite às instituições comparar dados de risco e oferecer condições mais justas. O compartilhamento de informações financeiras, quando aliado à portabilidade assistida de crédito, pode transformar o mercado bancário concentrado em um ambiente mais competitivo e acessível, aproximando a estrutura de crédito da capacidade real de pagamento dos cidadãos.

Além das políticas estruturais, é fundamental aprimorar a regulação do crédito ao consumo, especialmente nas modalidades digitais que reduzem a saliência do custo e ampliam o consumo impulsivo. O parcelamento no cartão, o crédito rotativo e os sistemas de “compre agora, pague depois” (BNPL) operam em uma lógica de sedução, diluindo a percepção do preço total e deslocando o pagamento para o futuro. O Banco Central (2025) estabeleceu um limite de 100% para juros e custos do rotativo, o que representa um avanço, mas é apenas o início de um processo regulatório mais amplo. Novas formas de parcelamento, como o Pix Garantido, previstas para 2025, devem ser acompanhadas de mecanismos de transparência obrigatória, como a exibição do Custo Efetivo Total e a simulação do impacto do crédito sobre a renda mensal. Essas práticas, além de protegerem o consumidor, resgatam o princípio da coerência: o crédito deve ampliar possibilidades, não criar ilusões de solvência.

Uma terceira estratégia envolve políticas de renegociação e reabilitação financeira, fundamentais para restaurar a funcionalidade da economia domésti-

ca. O programa Desenrola Brasil mostrou que é possível combinar alívio imediato com recomposição da capacidade de pagamento. Segundo o Ministério da Fazenda (2024), “a taxa de inadimplência caiu 8,7% entre os beneficiários do programa”, demonstrando que medidas coordenadas de renegociação em larga escala podem romper ciclos de exclusão financeira. Mais do que medidas pontuais, é necessário institucionalizar políticas permanentes de refinanciamento, integradas ao Open Finance e ao Cadastro Positivo, de modo que cada cidadão possa reconstruir seu histórico de crédito de maneira gradual e sustentável. Essa estratégia transforma o perdão de dívida em política de cidadania econômica.

No entanto, a coerência entre desejo e capacidade não depende apenas de estrutura e regulação; ela requer uma mudança cultural e cognitiva na forma como as pessoas compreendem o dinheiro e o consumo. Em uma economia saturada de estímulos simbólicos, o crédito é frequentemente apresentado como instrumento de realização pessoal, e não como compromisso financeiro. Medeiros, Camila e Costa (2025) argumentam que “a baixa literacia financeira, combinada à ansiedade e à pressão social de consumo, constitui um dos principais fatores da inadimplência recorrente no Brasil” (p. 6). Políticas de educação financeira devem, portanto, transcender o ensino técnico e adentrar a esfera do comportamento, incorporando os achados da economia comportamental e da psicologia do consumo. Campanhas de “nudge regulatório” — como alertas de custo total, simulações automáticas de comprometimento de renda e notificações prévias ao vencimento — podem reintroduzir a reflexão e reaproximar o ato de comprar do ato de pagar.

Outro componente essencial é a reforma da estrutura informacional do mercado financeiro, que deve usar tecnologia a favor da equidade. O fortalecimento do Cadastro Positivo e a expansão do Open Finance são ferramentas que podem reduzir as ineficiências de avaliação de risco, permitindo que bons pagadores tenham acesso a juros menores. A Serasa Experian (2025) indica que o uso de dados positivos “aumentou em 22% a aprovação de crédito e reduziu a inadimplência em 12%”. Isso demonstra que uma infraestrutura de dados mais granular e transparente beneficia não apenas os consumidores, mas o próprio sistema financeiro, que passa a operar com menor incerteza e menor custo de

inadimplência. A coerência econômica, portanto, não se limita à renda, mas envolve o modo como a informação circula e define as oportunidades de acesso.

Em termos mais amplos, restaurar a coerência entre desejo e capacidade requer repensar o papel do crédito na construção da cidadania econômica. O consumo, enquanto prática social e símbolo de pertencimento, precisa ser deslocado do eixo da dívida para o eixo da renda. A inclusão financeira só será autêntica quando significar autonomia, e não dependência. Isso implica uma política econômica orientada para a sustentabilidade do consumo, o fortalecimento da renda real e a regulação ética das finanças, que impeça que o sistema se alimente da fragilidade do consumidor. A coerência, nesse sentido, é também um projeto civilizatório: trata-se de reconstruir a relação entre economia e vida, devolvendo ao consumo seu sentido humano e à renda sua função de sustento e dignidade.

Em suma, a restauração da coerência entre “boca” e “bolso” exige uma combinação de medidas estruturais, regulatórias e culturais: valorização da renda e do trabalho, democratização do crédito, regulação ética das novas modalidades financeiras, políticas de reabilitação de dívidas e educação financeira transformadora. Só a convergência desses esforços poderá romper o ciclo de endividamento crônico e devolver ao consumo seu lugar legítimo na economia — não como fuga, mas como expressão equilibrada entre desejo e possibilidade.

O PREÇO DO TEMPO E O PESO DO DESEJO: JUROS, INFLAÇÃO E A (IN)COERÊNCIA ENTRE CONSUMO E ORÇAMENTO FAMILIAR NO CAPITALISMO BRASILEIRO

As taxas de juros e a inflação configuram os dois eixos fundamentais da engrenagem econômica que organiza o modo de viver, consumir e sonhar no capitalismo contemporâneo. No Brasil, onde o crédito e o consumo são mediadores centrais da inclusão social, esses dois fenômenos adquirem um poder simbólico e material que ultrapassa a técnica e penetra o cotidiano. A inflação atua como corrosão invisível do valor da moeda e, portanto, do esforço humano; os juros, como precificação do tempo e da esperança. Ambos se entrelaçam

e determinam a distância entre o desejo e o possível. O consumo, nesse contexto, deixa de ser apenas um ato de satisfação e torna-se o campo de disputa entre a vontade de viver melhor e a necessidade de sobreviver.

No plano econômico, a inflação reduz o poder de compra e impõe uma reorganização permanente das escolhas familiares. Cada aumento de preço representa a perda de uma pequena parcela de liberdade, pois o dinheiro — que deveria ser instrumento de autonomia — passa a ser símbolo de escassez. A reação institucional a essa corrosão é o aumento das taxas de juros, utilizado pelo Estado como ferramenta de controle inflacionário. Contudo, como observa o Banco Central do Brasil (2025), esse instrumento produz efeitos colaterais evidentes: “a política monetária restritiva, embora eficaz na convergência da inflação à meta, afeta de forma desigual os agentes econômicos, comprimindo o consumo das famílias e encarecendo o crédito”. O resultado é a transferência do ônus do ajuste macroeconômico para os orçamentos domésticos, sobretudo os mais vulneráveis, que dependem do parcelamento e do crédito para sustentar o consumo essencial.

Essa dinâmica revela a contradição de um modelo que estabiliza o valor da moeda, mas desestabiliza a vida das pessoas. Ao elevar os juros para conter a inflação, o Estado garante a confiança dos mercados, mas restringe a capacidade das famílias de projetar o futuro. O aumento do custo do crédito adia sonhos, posterga projetos e transforma a temporalidade da vida em uma sucessão de prazos e dívidas. É o tempo — e não apenas o dinheiro — que se torna mais caro. Assim, o controle da inflação pela via do juros converte o desejo de estabilidade em política de contenção do desejo. A cada decisão de política monetária, há um impacto existencial que raramente aparece nas tabelas: o medo de gastar, o adiamento do necessário, a renúncia ao supérfluo.

Filosoficamente, essa condição é expressão da perda da medida. Aristóteles, ao propor a “mesótes” como virtude da justa medida, afirmava que a vida boa exigia harmonia entre necessidade e excesso. No entanto, no capitalismo financeiro, a medida não é mais resultado da prudência individual, mas da regulação impessoal das taxas e dos índices. A prudência privada cede lugar à obediência monetária. A vida econômica se afasta do princípio ético e aproxima-se

da tecnocracia. A filosofia contemporânea de Amartya Sen oferece outra lente: para ele, a economia deve ser medida não pelo acúmulo de bens, mas pelas “capacidades” que proporciona — as reais possibilidades de as pessoas levarem a vida que valorizam. Sob essa ótica, juros altos e inflação persistente são formas de empobrecimento moral, pois reduzem o espaço de liberdade concreta. O problema não está apenas na perda de renda, mas na perda de mundo.

Sociologicamente, os juros e a inflação evidenciam o caráter seletivo do capitalismo brasileiro. A estrutura de crédito reflete e reforça as desigualdades sociais. Bonomo et al. (2025) demonstram que as taxas médias de juros no crédito pessoal variam mais de 200% entre os diferentes segmentos de renda, ainda que os riscos de inadimplência sejam semelhantes. Isso revela uma economia moral em que o preço do dinheiro é função do lugar que o sujeito ocupa na hierarquia social. A inflação também tem efeitos regressivos: enquanto os mais ricos possuem instrumentos de proteção, os pobres consomem quase tudo o que ganham e, portanto, sofrem mais intensamente o impacto dos aumentos de preço. Essa disparidade consolida o que Bauman (2008) chamou de “sociedade de consumidores”, na qual o direito de pertencer é medido pela capacidade de comprar. Quando o crédito encarece e a inflação corrói, o pertencimento social se dissolve e o consumo deixa de ser expressão de cidadania para se tornar sinal de exclusão.

A dimensão política desse processo é igualmente reveladora. A inflação e os juros não são fenômenos naturais, mas decisões políticas travestidas de neutralidade técnica. Decidir quem paga o custo do controle inflacionário é escolher um lado na disputa distributiva. O economista Celso Furtado já alertava que o subdesenvolvimento brasileiro não é ausência de projeto, mas resultado de um modelo de crescimento excludente. Sob essa luz, o combate à inflação pela elevação dos juros é uma política que protege o capital rentista em detrimento do trabalho produtivo. A estabilidade conquistada às custas da pobreza não é estabilidade, mas anestesia. A coerência entre consumo e orçamento, nesse contexto, exige que a política econômica se reoriente para a justiça social, combinando estabilidade de preços com redistribuição de renda e acesso equitativo ao crédito.

Há, contudo, uma dimensão poética que ultrapassa as estatísticas. A inflação é sentida antes de ser calculada. Ela aparece no mercado, no transporte, no olhar aflito de quem percebe que o salário não chega mais ao fim do mês. Os juros, por sua vez, são o tempo congelado, a postergação de um sonho, o adiamento de um desejo legítimo. O orçamento familiar, reescrito a cada mês, é também um texto poético involuntário — uma narrativa de esperança e renúncia. Drummond, em outro contexto, escreveu que “no meio do caminho tinha uma pedra”; no caminho das famílias brasileiras, há uma conta, uma taxa, uma parcela. Essa poesia trágica da economia revela que o consumo, longe de ser apenas ato de compra, é também ato de resistência, tentativa de manter o cotidiano em meio ao descompasso entre o querer e o poder.

Em última instância, as taxas de juros e a inflação são expressões contemporâneas do poder sobre o tempo humano. Elas determinam quando se pode sonhar, quanto se pode esperar e até onde se pode desejar. A inflação apressa, os juros adiam, e o orçamento familiar tenta mediar o intervalo impossível entre ambos. O capitalismo brasileiro transformou a estabilidade econômica em horizonte moral, mas essa estabilidade tem sido conquistada à custa da exaustão das famílias. Recuperar a coerência entre consumo e orçamento é, portanto, um desafio civilizatório: exige políticas que alinhem técnica e ética, macroeconomia e dignidade, números e narrativas. É preciso um novo contrato entre o tempo econômico e o tempo humano, onde o valor do dinheiro não valha mais do que o valor da vida.

CAPÍTULO 3

EIXO 2 – PSICOLÓGICO: COMPORTAMENTO E SUBJETIVIDADE

BOCA E O BOLSO: DESEJO, ESCASSEZ E SUBJETIVIDADE NA SOCIEDADE DE CONSUMO

A pressão social pelo consumo exerce efeitos profundos sobre a experiência humana, incidindo diretamente sobre o corpo e, de modo particularmente simbólico, sobre a boca — órgão do desejo, da fala e da alimentação. Em uma sociedade orientada pela lógica mercadológica e pela visibilidade, a boca deixa de ser apenas o ponto de entrada dos alimentos ou o canal da comunicação: torna-se um espaço de inscrição social e identitária. É por meio dela que se materializam desejos, distinções e ausências. Quando o poder aquisitivo é limitado, o consumo não desaparece; ele se desloca para o campo da representação, da compensação e da promessa de pertencimento. Assim, mesmo que o bolso não comporte a aquisição de bens e experiências, o sujeito sente-se compelido a desejar, falar e mostrar-se de acordo com os códigos do consumo.

A sociologia contemporânea fornece ferramentas fundamentais para compreender essa dinâmica. Pierre Bourdieu, em *A Distinção*, demonstra que o gosto é socialmente produzido e hierarquizado: cada escolha estética ou alimentar é uma forma de marcar posição em um espaço social. Zygmunt Bauman, em *Vida para Consumo*, amplia essa análise ao afirmar que o indivíduo da modernidade líquida já não é apenas consumidor, mas também produto: sua imagem, seu corpo e sua fala são mercadorias em circulação. Jean Baudrillard, por sua vez, interpreta o consumo como sistema de signos, em que os objetos perdem seu valor de uso e passam a representar status e pertencimento. Em conjunto, esses autores revelam que a pressão social por consumir não se reduz ao desejo de possuir, mas responde a uma necessidade de reconhecimento, de existir no olhar do outro. Assim, a boca — que fala e se mostra — torna-se vitrine dessa busca.

No campo psicológico, essa tensão assume dimensões ainda mais sutis. Pesquisas de Mullainathan e Shafir sobre a psicologia da escassez demonstram que a limitação de recursos cognitivos e econômicos gera um “efeito túnel”, em que o pensamento se concentra na sobrevivência imediata, diminuindo a capacidade de planejamento e aumentando a impulsividade. Sob tais condições, o consumo passa a ter uma função emocional compensatória: comprar algo, mesmo pequeno, oferece alívio e senso momentâneo de controle. Esse mecanismo também se estende à alimentação: a escolha de produtos ultraprocessados, baratos e hiperpalatáveis, atende à necessidade de gratificação instantânea, reforçada por um marketing agressivo que associa prazer e pertencimento a marcas acessíveis. A boca, nesse contexto, é capturada pela promessa de prazer fácil — um prazer que serve, muitas vezes, para silenciar o desconforto da exclusão.

Do ponto de vista material e político, o cenário brasileiro evidencia como a pressão de mercado molda hábitos alimentares e discursos corporais. O ambiente alimentar urbano é dominado por produtos ultraprocessados, cuja produção e publicidade são estrategicamente voltadas às classes de menor poder aquisitivo. Enquanto frutas, verduras e proteínas frescas se tornam artigos de luxo em muitas periferias, refrigerantes e salgadinhos são onipresentes e baratos. O resultado é uma forma de “colonialismo alimentar”, em que corpos empobrecidos são sustentados por alimentos ricos em açúcar, gordura e sódio, mas pobres em nutrientes. As políticas públicas — como a tributação seletiva de bebidas açucaradas ou a regulamentação da publicidade infantil — buscam mitigar esse desequilíbrio, mas enfrentam forte resistência do lobby empresarial e a desinformação mediada por campanhas de marketing. Assim, a boca que come e fala torna-se território de disputa política.

Filosoficamente, é possível pensar, com Merleau-Ponty e Maturana, que o corpo é o primeiro campo de expressão do ser-no-mundo. A boca, nesse sentido, é o limiar entre o interno e o externo, o ponto onde o desejo encontra a realidade. Quando o consumo captura esse limiar, o sujeito é deslocado do seu eixo de autonomia e passa a expressar, pela fala e pela alimentação, os imperativos do mercado. A linguagem publicitária coloniza o discurso cotidiano, substituindo a experiência do “eu quero” pelo “eu devo querer”. O resultado

é uma subjetividade colonizada pela lógica da visibilidade, em que a escassez econômica é compensada por narrativas de abundância simbólica — o prazer de parecer, de mostrar, de pertencer.

Na dimensão poética, pode-se dizer que a boca, quando o bolso é curto, fala em silêncio. Ela revela as ausências pelo desejo, o sabor pela carência, a voz pelo constrangimento. Como escreveu Adélia Prado, “é preciso comer com beleza para não comer com raiva” — e é exatamente aí que a desigualdade social fere a sensibilidade: quando a beleza do ato de comer e de falar é substituída pela necessidade bruta de afirmar-se em meio à carência. A boca de quem tem pouco bolso deseja tanto quanto qualquer outra, talvez mais, porque seu desejo é constantemente negado. Ela continua a desejar, a falar e a buscar sabor, mesmo quando o mundo insiste em lhe oferecer apenas o gosto amargo da restrição.

De modo geral, a pressão social pelo consumo não parece se dissipar com a pobreza; ao contrário, tende a intensificar-se e a adquirir contornos mais subjetivos. A sociedade de consumo, ao converter bens em signos e desejos em necessidades, projeta no ato de consumir um espaço simbólico onde se expressam as tensões entre o ter e o ser. Compreender como essa dinâmica atua mesmo sob restrições financeiras requer uma abordagem interdisciplinar que envolva a economia política, a psicologia social, a filosofia e as dimensões simbólicas da vida cotidiana. Sob esse olhar entrelaçado, o consumo pode ser interpretado como uma linguagem de desejo e poder — um modo pelo qual o sujeito se inscreve no mundo e o significa, ainda que entre carências materiais e fomes de sentido.

ENTRE O SER E O TER: O CONSUMO COMO CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADE NA SOCIEDADE BRASILEIRA CONTEMPORÂNEA

Na sociedade brasileira contemporânea, o consumo assumiu um papel central na constituição das identidades individuais e coletivas, tornando-se um dos principais mediadores simbólicos das relações sociais. Não se trata apenas de adquirir bens materiais, mas de participar de uma linguagem cultural que organiza o reconhecimento e o pertencimento. Cada escolha de consumo — da

roupa ao alimento, do celular à estética corporal — é atravessada por significados sociais e afetivos que transcendem o valor de uso e se projetam como instrumentos de distinção. Como observou Jean Baudrillard, as mercadorias operam como signos, e o ato de consumir converte-se numa prática comunicativa que estrutura o “ser visto” e o “fazer-se ver”. No Brasil, essa lógica é intensificada por um cenário de desigualdades históricas e profundas, em que o consumo não é apenas um campo de expressão simbólica, mas também de disputa por reconhecimento, status e dignidade.

Do ponto de vista sociológico, o consumo funciona como uma gramática de diferenciação. Pierre Bourdieu, ao teorizar o “gosto” como forma de distinção, evidencia que as preferências culturais e estéticas não derivam de uma liberdade subjetiva, mas do *habitus* social, isto é, de estruturas internalizadas que refletem a posição de classe. Assim, o consumo, longe de ser neutro, manifesta o lugar que o sujeito ocupa e o lugar que deseja ocupar. No Brasil, essa dinâmica se traduz na busca constante por visibilidade e pertencimento. Marcas, estilos e tendências passam a ser usados como instrumentos de ascensão simbólica, sobretudo entre grupos historicamente excluídos do acesso a capitais econômicos e culturais. O fenômeno dos “rolezinhos”, por exemplo, é paradigmático: jovens de periferias se apropriam de espaços elitizados, como shoppings, para afirmar sua presença social, ainda que o discurso dominante tente criminalizá-los. Nessa disputa, o consumo se torna, simultaneamente, campo de resistência e de sujeição.

A perspectiva psicológica revela que o consumo atua também na construção subjetiva de si. A lógica da escassez e da comparação constante, acentuada pela hiperexposição digital, faz do ato de consumir uma tentativa de recompor a autoestima e de garantir pertencimento a um mundo cada vez mais fragmentado. Mullainathan e Shafir (2015), ao investigarem os efeitos cognitivos da escassez, demonstram que a falta de recursos não elimina o desejo de consumir, mas o desloca para uma zona de urgência emocional e simbólica. Em meio à desigualdade, o consumo torna-se uma estratégia de compensação — uma forma de silenciar o sentimento de exclusão e de afirmar, mesmo que temporariamente, um lugar social. Essa tensão gera um

paradoxo: enquanto o mercado promete liberdade e expressão individual, ele também aprisiona o sujeito em um ciclo de desejo, frustração e dívida.

Filosoficamente, a questão do consumo como construção de identidade remete à própria natureza da subjetividade moderna. Merleau-Ponty e Maturana lembram que o corpo é o primeiro território de sentido, o lugar em que o ser se reconhece no mundo. Quando o consumo coloniza o corpo — o que se veste, o que se come, o que se exhibe —, ele redefine as fronteiras entre o “eu” e o “outro”, entre o “natural” e o “fabricado”. A boca, o olhar, o gesto tornam-se mediadores de signos sociais. O corpo, então, passa a ser o campo onde se inscreve a tensão entre autenticidade e simulacro. A promessa publicitária de felicidade e sucesso desloca o centro da identidade para a aparência e para a performance, convertendo o sujeito em produto e o desejo em mercadoria.

Do ponto de vista político, o consumo ocupa um lugar ambíguo. De um lado, é vetor de inclusão simbólica — na medida em que proporciona meios de expressão e circulação social; de outro, é mecanismo de reprodução das desigualdades — pois a capacidade de consumir permanece desigual e excludente. Néstor García Canclini, ao analisar as sociedades latino-americanas, propõe a ideia de que o consumo substitui parcialmente a cidadania: em contextos onde o acesso a direitos é precário, o ato de consumir torna-se a via mais imediata de participação social e reconhecimento. No entanto, essa forma de cidadania é frágil e dependente da capacidade de compra. No Brasil, políticas como a ampliação do crédito e o consumo de massa durante os anos 2000 ilustraram essa dualidade — ampliaram o acesso simbólico, mas também geraram novas formas de endividamento e vulnerabilidade. O consumo, portanto, não é apenas uma questão econômica, mas um dispositivo político que regula quem pode aparecer e quem permanece invisível.

Sociologicamente, essa construção identitária pelo consumo se articula com a estética da visibilidade. As redes sociais consolidaram a lógica da exibição permanente, em que a identidade é constantemente editada, performada e comparada. A figura dos influenciadores digitais exemplifica o entrelaçamento entre mercado e subjetividade: eles funcionam como mediadores de desejo e espelhos de identificação. O “eu” é fabricado pela curadoria de imagens e

narrativas, num regime de visibilidade que transforma o cotidiano em vitrine. A cultura da aparência, nesse sentido, reconfigura o modo de ser no mundo e reforça o papel do consumo como critério de validação social.

Por outro lado, as práticas culturais das periferias urbanas e rurais brasileiras produzem ressignificações potentes dessa lógica. Movimentos como o funk, o hip-hop e o slam reconfiguram o consumo ao transformá-lo em instrumento de afirmação coletiva. O “consumo de ostentação” nas periferias, frequentemente visto de maneira estigmatizada, pode ser compreendido como gesto político de insurgência simbólica: a apropriação das marcas e do luxo é, muitas vezes, um modo de desafiar a hierarquia estética imposta pelas classes dominantes. Trata-se de um modo de “dizer-se alguém” num contexto em que o ser é continuamente negado. Essa leitura desloca o foco moralista sobre o consumo e permite reconhecê-lo como linguagem viva de contestação e invenção de identidades.

Poeticamente, o consumo é o espelho onde o Brasil se vê — distorcido, fragmentado, desejante. Nele, a beleza e a carência se misturam. A publicidade fala como profecia, prometendo um futuro acessível a quem puder comprar, enquanto a realidade social lembra, incessantemente, que nem todos têm o mesmo direito ao sonho. A identidade, então, é feita de colagens: entre o que se tem e o que falta, entre o que se é e o que se almeja ser. Como escreveu Adélia Prado, “a pobreza é minha estética” — e talvez, nessa frase, resida a síntese da condição brasileira: a capacidade de fazer do pouco um signo de criação, de inventar-se na margem, de existir apesar da falta.

Em suma, o consumo atua como uma das principais formas de construção identitária na sociedade brasileira contemporânea, não apenas por sua presença material, mas por seu poder simbólico e afetivo. Ele cria linguagens, hierarquias e pertencimentos; define fronteiras e oferece repertórios para a invenção de si. Todavia, essa centralidade impõe um desafio ético e político: como construir identidades que não dependam exclusivamente do mercado para existir? Pensar o consumo como construção de identidade, portanto, é pensar também as possibilidades de emancipação — de uma identidade que não se limite ao que se compra, mas que se funda no que se cria, no que se compartilha e no que se sonha coletivamente.

A ECONOMIA DO DESEJO: ENDIVIDAMENTO, SUBJETIVIDADE E A FRAGILIDADE DA COERÊNCIA HUMANA

O endividamento prolongado constitui uma das formas mais intensas de dissonância entre o desejo e os recursos, e seus efeitos ultrapassam o campo econômico para atingir o cerne da subjetividade humana. A dívida, quando persistente, deixa de ser um simples cálculo financeiro e passa a habitar o psiquismo, reorganizando o modo como o indivíduo percebe o tempo, a liberdade e a própria identidade. A coerência entre o que se quer e o que se pode — que sustenta a sensação de integridade e autonomia — é progressivamente substituída por um sentimento de desencontro, em que o desejo se torna suspeito e o futuro, um território de culpa. Nesse contexto, o endividamento não é apenas a expressão da escassez de recursos, mas também uma experiência de vulnerabilidade simbólica, que compromete a confiança em si e no mundo.

Do ponto de vista psicológico, o endividamento prolongado desencadeia o que Mullainathan e Shafir (2015) denominam *tunneling cognitivo*, um estreitamento da atenção provocado pela escassez. O indivíduo endividado passa a operar num regime de urgência permanente, no qual o pensamento se concentra no imediato — no pagamento da próxima parcela, na renegociação do débito, no medo da cobrança —, limitando sua capacidade de projetar o futuro e de tomar decisões racionais. Essa compressão temporal e cognitiva altera a percepção do desejo, que deixa de ser orientado por valores existenciais ou afetivos e passa a responder a impulsos de alívio. O prazer se torna compensatório, fragmentado, guiado pelo imperativo de escapar momentaneamente da pressão. Assim, o endividamento prolongado atua como força de desorganização interna: o sujeito não deixa de desejar, mas aprende a desejar menos, ou a desejar aquilo que o oprime menos.

Os estudos em psicologia econômica e comportamental confirmam essa interdependência entre dívida, sofrimento psíquico e sentimento de descontrole. Pesquisas longitudinais indicam que a persistência do endividamento está associada a sintomas de ansiedade, depressão e esgotamento, independentemente da renda ou da situação laboral (Sweet et al., 2013). O que mais adoece

não é apenas dever, mas sentir-se impotente diante do dever. O endividamento crônico produz uma forma de alienação subjetiva: o eu se divide entre o agente que desejou e o devedor que paga, entre o sujeito de desejo e o sujeito de culpa. A coerência entre desejo e recurso, fundamental à autopercepção de integridade, se dissolve em um ciclo de compensações e autocritica. Nesse sentido, a dívida é também uma forma de disciplina: ela ensina a conter o querer, a modular o sonho, a reduzir o espaço do possível.

A sociologia ajuda a compreender que essa experiência psíquica tem raízes estruturais. O endividamento, especialmente nos países marcados pela desigualdade, é produto e produtor de assimetrias sociais. No Brasil, onde o crédito foi apresentado nas últimas décadas como forma de inclusão e cidadania, a promessa de acesso transformou-se, para muitos, em armadilha. O consumo financiado, vendido como ponte para o pertencimento, converte-se em ferramenta de precarização subjetiva. A vergonha de dever e o medo da exclusão do sistema de crédito — ser “negativado” — adquirem contornos morais. Endividar-se, nesse contexto, é mais do que não pagar: é não corresponder à norma de eficiência e sucesso que o capitalismo financeiro impõe. A dívida torna-se, portanto, um marcador social de fracasso e, paradoxalmente, uma das linguagens pelas quais o desejo é fabricado e controlado.

Politicamente, essa dinâmica revela a contradição entre o direito de desejar e a liberdade de realizá-lo. A Lei nº 14.181/2021, que trata da prevenção e do tratamento do superendividamento no Brasil, representa um marco importante ao reconhecer o mínimo existencial como condição de dignidade. Tal medida indica uma tentativa de devolver ao devedor um espaço simbólico de coerência: o de poder viver sem que toda sua energia psíquica e financeira seja capturada pela obrigação. No entanto, as políticas públicas ainda caminham lentamente na direção de reconhecer a dimensão psicológica da dívida. Intervenções de renegociação, educação financeira e apoio emocional devem ser articuladas não apenas para restaurar o equilíbrio econômico, mas também para reabilitar a autoestima e o senso de controle dos indivíduos. Afinal, a dívida não é só um número — é uma narrativa que precisa ser reescrita.

Filosoficamente, o endividamento prolongado pode ser compreendido como uma colonização do tempo e da vontade. Em termos heideggerianos, o

devedor é aquele cuja existência é projetada para o futuro — um futuro hipotecado, antecipado pelo dever. O tempo deixa de ser abertura e torna-se espera: o devedor vive o presente como preparação para pagar. Essa antecipação perpétua destrói a espontaneidade do desejo, pois todo querer é mediado pela obrigação. O filósofo Maurizio Lazzarato, ao discutir a “fábrica do homem endividado”, afirma que o capitalismo contemporâneo deslocou a moral do trabalho para a moral da dívida: não se exige mais apenas produtividade, mas expiação. O indivíduo endividado carrega consigo uma culpa difusa — uma falha de caráter que o faz sentir-se responsável por uma estrutura econômica que o ultrapassa.

A dimensão poética dessa condição é a mais difícil de traduzir, mas talvez a mais necessária. A dívida prolongada reconfigura o modo de sentir o mundo. O som das notificações do banco, o olhar do cobrador, o envelope de cobrança tornam-se parte de uma trilha sonora cotidiana, um murmúrio constante que silencia a alegria e sabota o sonho. A boca que outrora expressava desejo, agora aprende a medir as palavras e a evitar promessas. O corpo, antes movido pela esperança, curva-se sob o peso da obrigação. No entanto, mesmo nesse território árido, o desejo não morre: ele se metamorfoseia em resistência. A poesia ensina que o ser humano, mesmo endividado, continua a sonhar — ainda que com menos volume, ainda que com vergonha. A coerência entre desejo e recurso, portanto, não é uma condição estável, mas um exercício ético de reconciliação entre o querer e o poder, entre o possível e o justo.

Em síntese, o endividamento prolongado pode exercer um impacto psicológico profundo sobre a percepção de coerência entre desejo e recursos, atingindo aspectos simbólicos associados à autonomia humana. Tal condição tende a modificar modos de pensar, sentir e desejar, produzindo experiências subjetivas em que o indivíduo se percebe, em certa medida, como devedor de si mesmo. Políticas econômicas e sociais que desconsideram essa dimensão subjetiva parecem ter dificuldade em captar a complexidade do fenômeno. A superação dessa situação talvez demande não apenas ações voltadas à educação financeira ou à renegociação de dívidas, mas também movimentos que possibilitem ressignificar o ato de desejar, de existir e de projetar o futuro fora de uma lógica estritamente coercitiva. Nessa perspectiva, o equilíbrio entre sonho e realidade poderia ser compreendido como um processo de reconstrução simbólica, no qual o desejo volta a se aproximar de sua potência criadora.

A GRAMÁTICA DA FOME E DO PERTENCIMENTO: ANSIEDADE, EXCLUSÃO SOCIAL E A DIALÉTICA ENTRE BOCA E BOLSO

A ansiedade e o medo de exclusão social são afetos que estruturam a vida contemporânea, agindo como forças invisíveis que modulam o comportamento, a linguagem e o desejo. Na sociedade do consumo e da visibilidade, a possibilidade de ser esquecido, ignorado ou excluído tornou-se um dos maiores temores humanos. Essa ansiedade não se limita à esfera psicológica individual; ela é um fenômeno social e político, enraizado em sistemas de produção de desejo e pertencimento que definem quem pode ser visto, ouvido e reconhecido. Quando se observa a tensão entre a boca e o bolso — metáforas que representam, respectivamente, o desejo e a limitação material —, essa dinâmica adquire contornos ainda mais profundos. A boca deseja o sabor, a palavra e o reconhecimento; o bolso, por sua vez, regula o acesso, impõe fronteiras e determina o alcance do possível. O resultado é uma experiência permanente de dissonância entre querer e poder, que alimenta o ciclo da ansiedade e da exclusão.

Na psicologia contemporânea, especialmente nos estudos sobre escassez e comportamento financeiro, Mullainathan e Shafir (2015) descrevem o fenômeno do *tunneling cognitivo*, em que a mente, sob pressão econômica, concentra-se obsessivamente no imediato, perdendo a capacidade de planejar e de se orientar para o futuro. A ansiedade, nesse contexto, é tanto efeito quanto combustível da escassez: ela encurta o tempo, reduz o espaço de reflexão e intensifica a impulsividade. O sujeito ansioso, limitado por recursos, passa a buscar alívio imediato — seja no consumo, seja em gestos simbólicos de inclusão, como “estar presente” nas redes ou compartilhar signos de pertencimento. A sociedade de consumo transforma essa vulnerabilidade em motor de mercado: o medo de ficar de fora é constantemente reativado por discursos publicitários que associam felicidade à posse, prestígio à aparência e liberdade à capacidade de gastar.

No plano sociológico, Bauman (2008) observa que a modernidade líquida substituiu o ideal de comunidade pelo de rede, e o valor da permanência pelo da conexão. Assim, o pertencimento tornou-se efêmero e precário,

exigindo atualização contínua. A exclusão social, nesse novo regime, não se apresenta apenas como ausência de recursos, mas como invisibilidade simbólica. O indivíduo não teme apenas a pobreza material, mas o apagamento de sua imagem — a perda do direito de existir publicamente. Nesse cenário, a tensão entre boca e bolso é também a tensão entre ser e parecer. Quem não pode consumir sente-se deslocado do espaço público e, ao mesmo tempo, cobrado a demonstrar que pertence a ele. Essa contradição produz sofrimento psíquico: a ansiedade de não corresponder às expectativas sociais transforma-se em vergonha e culpa, o que reforça o isolamento e o silêncio.

A teoria da distinção de Bourdieu (2007) aprofunda essa compreensão ao mostrar que as práticas de consumo não são escolhas neutras, mas marcadores de classe e instrumentos de diferenciação social. O gosto, o estilo e o consumo funcionam como linguagens que expressam a posição do sujeito no campo social. A exclusão, portanto, não é apenas econômica, mas simbólica: ela se manifesta nas pequenas hierarquias do cotidiano, nas marcas que se exibem, nos corpos que se adequam e nos silêncios que se impõem. A ansiedade surge como uma resposta à internalização dessas hierarquias. O sujeito não é apenas excluído; ele aprende a se autoexcluir, a controlar seus gestos e desejos para não transgredir os limites que o mercado e a cultura impõem. A boca, nesse contexto, não fala livremente: fala o que é permitido, o que é aceito, o que não ofende o regime da distinção. O bolso, por sua vez, dita a extensão do discurso — e o medo de revelar a falta é o que mais silencia.

A filosofia oferece uma lente ainda mais profunda para compreender essa condição. Heidegger (2015) definiu a angústia como o sentimento que revela a vulnerabilidade do ser diante do nada, a consciência de sua finitude e do vazio que o cerca. No entanto, a sociedade contemporânea transformou essa angústia existencial em produto. O medo de ser “nada” passou a ser explorado economicamente: ele é o motor que impulsiona o consumo, a busca incessante por atualização e aprovação. Maurizio Lazzarato (2017) denomina essa condição de “subjetividade endividada”: o sujeito contemporâneo é permanentemente devedor — não apenas de dinheiro, mas de si mesmo, de uma imagem ideal que nunca alcança. A ansiedade, nesse sentido, é o sintoma mais visível da nova

forma de servidão voluntária: o indivíduo se vigia, se compara e se cobra, internalizando as exigências do capital e transformando-as em autopolicamento.

A boca e o bolso também podem ser compreendidos como metáforas políticas. A boca é o lugar da expressão, da fala pública, do direito à palavra e ao alimento; o bolso é o espaço do acesso, do poder de compra, da condição material que sustenta a cidadania. Quando o bolso é pequeno, a boca se cala. A fome, a desigualdade e a precariedade econômica não são apenas problemas de nutrição ou de renda: são formas de silenciamento. A impossibilidade de consumir implica, em muitos casos, a impossibilidade de existir plenamente no campo simbólico. No Brasil, onde as desigualdades estruturais se mantêm e a publicidade é agressivamente direcionada às populações vulneráveis, o medo de exclusão é fabricado e naturalizado. As políticas públicas, como a Resolução nº 163/2014 do Conanda, que proíbe publicidade infantil, e os debates sobre tributação de ultraprocessados, representam tentativas de regular essa maquinaria de ansiedade, mas enfrentam resistência de uma economia que lucra com o desejo e com a culpa.

A dimensão poética dessa questão revela algo que a razão analítica muitas vezes não alcança. A ansiedade e o medo de exclusão social são, em última instância, expressões da fome — não apenas de comida, mas de sentido, de pertencimento e de reconhecimento. A boca, quando não pode falar ou se alimentar com dignidade, torna-se símbolo de uma humanidade amputada. O bolso vazio, por sua vez, é a ausência de horizonte, o lembrete diário da desigualdade. A poesia de Adélia Prado, ao afirmar que “o que a alma deseja é atenção”, sintetiza essa carência: o desejo humano mais profundo é o de ser olhado com cuidado, de existir sem precisar provar valor. Enquanto a sociedade continuar confundindo valor com preço e pertencimento com consumo, a ansiedade permanecerá como sua gramática dominante.

Assim, compreender a relação entre ansiedade, medo de exclusão social e a tensão entre boca e bolso é compreender o funcionamento psicológico do capitalismo contemporâneo, que transforma afetos em moeda e inseguranças em estratégia de controle. A superação dessa lógica exige políticas redistributivas, regulação ética da comunicação e, sobretudo, uma reconstrução simbólica da

dignidade. É preciso restituir à boca o direito de falar e de se nutrir, e ao bolso o poder de sustentar a existência sem subjugar o desejo. Só então será possível romper o ciclo em que a ansiedade alimenta o consumo e o consumo alimenta a exclusão — e permitir que o ser humano, livre da chantagem da aparência e da carência, possa habitar o mundo com serenidade e plenitude.

O TEMPO DA DÍVIDA: CULTURA DO CRÉDITO E A CONSTRUÇÃO SUBJETIVA DAS DECISÕES DE CONSUMO

A cultura do crédito constitui, na contemporaneidade, um dos mecanismos mais sofisticados de regulação da subjetividade e de controle social. O crédito não é apenas um instrumento financeiro que possibilita a antecipação do consumo; ele é uma linguagem, uma forma de temporalidade e uma estrutura simbólica que redefine o modo como o sujeito percebe a si mesmo e o mundo ao seu redor. Ao prometer acesso imediato e diferimento das consequências, o crédito se infiltra na experiência cotidiana e altera as fronteiras entre o desejo e a possibilidade, entre o presente e o futuro. A tomada de decisão individual, nesse contexto, deixa de ser expressão de autonomia racional e passa a ser atravessada por dispositivos culturais que orientam o sujeito a desejar o que o mercado oferece e a aceitar a dívida como condição natural de existência.

Do ponto de vista psicológico, o crédito explora os vieses cognitivos próprios da mente humana. Pesquisas em psicologia econômica, como as de Sendhil Mullainathan e Eldar Shafir (2015), demonstram que a escassez — seja de dinheiro, tempo ou segurança — altera profundamente a capacidade de julgamento e de controle do comportamento. Sob pressão econômica, o indivíduo tende a operar em um estado de atenção reduzida e imediatista, fenômeno denominado *tunneling cognitivo*. Essa condição favorece decisões impulsivas, em que o prazer imediato se sobrepõe à avaliação dos riscos futuros. O crédito, ao prometer a satisfação instantânea e adiar o pagamento, aproveita-se desse mecanismo cognitivo, naturalizando o comportamento de consumo como resposta emocional ao desejo e à ansiedade. Assim, o ato de comprar deixa de ser um exercício de necessidade e passa a representar uma tentativa de alívio — uma forma de compensar o mal-estar da escassez e da comparação social.

A psicologia social também revela que o consumo mediado pelo crédito não é apenas uma questão individual, mas uma prática social de pertencimento. O sujeito contemporâneo vive em um ambiente saturado por imagens e narrativas de sucesso, em que a visibilidade é sinônimo de valor. As redes sociais amplificam a sensação de inadequação, e o crédito surge como meio de participar dessa cena simbólica. A decisão de consumo, portanto, não é tomada apenas com base em cálculos racionais, mas em afetos como vergonha, orgulho e medo de exclusão. O parcelamento torna-se, nesse sentido, uma forma de tradução do desejo em linguagem socialmente aceitável: permite ter o que se deseja sem parecer ambicioso demais, e pagar em silêncio, de maneira parcelada, a ilusão de pertencimento. A ansiedade financeira, assim, não é apenas produto da escassez material, mas da tensão constante entre o ideal de visibilidade e a realidade das limitações econômicas.

Sob a lente sociológica, o crédito é um dispositivo que reproduz e disfarça as desigualdades sociais. Pierre Bourdieu (2007) demonstrou que o consumo é uma prática de distinção, um modo de marcar posições no espaço social. A cultura do crédito amplia esse mecanismo, pois permite que os indivíduos aparentem status e capital simbólico acima de suas possibilidades reais. A dívida torna-se, paradoxalmente, um instrumento de inclusão simbólica — um modo de “fazer parte” de um mundo que exige sinais de prosperidade. No entanto, essa inclusão é precária e custosa, pois transforma o futuro em garantia e o sujeito em fiador de sua própria imagem. Como observou Zygmunt Bauman (2008), o crédito converte o consumidor em produto, e a liberdade de escolher é substituída pela obrigação de manter-se desejável. Nessa lógica, o endividamento é menos um desvio e mais uma norma: ser livre significa poder dever.

Filosoficamente, a cultura do crédito produz uma nova forma de temporalidade. Maurizio Lazzarato (2017), em *A fábrica do homem endividado*, descreve o crédito como tecnologia de poder que captura o tempo do sujeito, transformando o futuro em espaço de pagamento. O devedor vive em permanente estado de antecipação: o amanhã é hipotecado, e o presente é administrado em função das parcelas. A promessa de liberdade que o crédito oferece é, na verdade, a institucionalização da servidão. O indivíduo é livre para desejar, desde

que aceite dever; livre para consumir, desde que submeta sua vida à contabilidade moral do mercado. Essa dimensão moral é central: a dívida não é apenas econômica, mas também simbólica e afetiva. O sujeito endividado carrega consigo uma culpa difusa — culpa por desejar demais, por gastar, por falhar —, o que o torna dócil e previsível. A obediência financeira substitui a ética coletiva, e a lealdade ao credor assume o lugar do compromisso com a comunidade.

No campo político, a cultura do crédito reflete o deslocamento da responsabilidade do bem-estar do Estado para o indivíduo. O neoliberalismo construiu uma sociedade em que o crédito é apresentado como substituto da cidadania. Em vez de garantir direitos, o Estado fomenta o acesso ao endividamento, transformando políticas públicas em operações financeiras. No Brasil, a Lei nº 14.181/2021, que trata da prevenção e do tratamento do superendividamento, reconhece pela primeira vez a necessidade de proteger o “mínimo existencial” — uma tentativa de humanizar o sistema financeiro. Entretanto, a estrutura cultural permanece intocada: o crédito continua a ser promovido como instrumento de emancipação, mesmo quando se revela uma forma de dependência. A política, nesse cenário, torna-se cúmplice do mercado, e o cidadão, convertido em consumidor, é avaliado por sua solvência, não por sua dignidade. A ideologia do crédito, portanto, não apenas orienta decisões individuais, mas redefine o próprio conceito de liberdade.

Poeticamente, o crédito pode ser compreendido como a invenção de um tempo falso, um tempo parcelado que promete plenitude e entrega espera. Ele ensina o desejo a viver em prestações, fragmentando a experiência do presente. A cada compra, o sujeito acredita adquirir um fragmento de futuro; a cada pagamento, entrega uma parte de si. A cultura do crédito transforma o verbo “ter” em sinônimo de “ser”, e o verbo “pagar” em sinônimo de “viver”. Como sugere Adélia Prado, “o que a alma deseja é atenção” — mas, na lógica do crédito, o desejo é constantemente terceirizado, mediado por números, contratos e prazos. A boca, que representa o impulso vital do desejo, e o bolso, que delimita o possível, tornam-se metáforas dessa fragmentação: a boca quer, o bolso adia, e entre ambos se instala a ansiedade de um sujeito que mede o próprio valor pela capacidade de parcelar seus sonhos.

Em última instância, a cultura do crédito formata a tomada de decisão individual ao reconfigurar a própria noção de autonomia. Decidir não é mais escolher entre alternativas livres, mas selecionar opções previamente desenhadas para capturar afetos e vulnerabilidades. A racionalidade é substituída pela promessa; a prudência, pelo imediatismo; a responsabilidade, pela culpa. O sujeito moderno acredita exercer liberdade quando, na verdade, apenas reproduz o roteiro de um sistema que o ensina a dever para pertencer. Compreender essa lógica exige uma leitura interdisciplinar que una psicologia, sociologia, filosofia e poesia, pois o crédito é, ao mesmo tempo, estrutura econômica, afeto e metáfora. Romper com seu domínio simbólico requer devolver ao tempo sua densidade, ao desejo sua inteireza e à decisão sua autenticidade. Só então será possível reconquistar a coerência entre querer e poder — uma coerência que o crédito transformou em promessa, mas que a consciência crítica pode, enfim, restituir como condição de liberdade.

O VALOR DO IMPOSSÍVEL: DESEJO, LIMITAÇÃO FINANCEIRA E AS FERIDAS DA AUTOESTIMA NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

Quando os desejos expressos não encontram respaldo financeiro, o impacto que se instaura sobre a autoestima ultrapassa o campo econômico e atinge as estruturas mais profundas da subjetividade. O sujeito contemporâneo é socializado em um contexto onde desejar é não apenas natural, mas esperado. A cultura de consumo cria uma atmosfera de estímulo constante, na qual a identidade é construída a partir da capacidade de acessar, adquirir e exibir. Quando essa cadeia simbólica se rompe — quando o bolso não responde à voz do desejo —, instala-se um vazio de coerência entre o “querer” e o “poder”, que ameaça a integridade do eu. Nesse cenário, a autoestima não é apenas ferida: ela é desestabilizada na base, pois o indivíduo passa a internalizar a limitação material como incapacidade pessoal.

Na perspectiva psicológica, a autoestima depende da percepção de valor próprio e da experiência de competência — duas dimensões que se fragilizam diante da impotência financeira. Pesquisas recentes em psicologia social e econômica (Liu et al., 2022; Antony et al., 2024) indicam que a sensação de

insuficiência econômica está associada a maiores índices de depressão, desamparo e autodepreciação. Essa correlação não se dá apenas por falta de recursos objetivos, mas pela experiência subjetiva de inadequação. A impossibilidade de realizar desejos, sobretudo em contextos de comparação social intensa, ativa mecanismos de autoavaliação negativa e reforça a crença de inferioridade. A privação material, assim, adquire contornos simbólicos: torna-se a linguagem da falta, a materialização de um “não mereço”. A psique, pressionada por esse descompasso, tenta restaurar equilíbrio através de mecanismos compensatórios — o consumo impulsivo, a autossabotagem, a evitação —, que muitas vezes aprofundam o ciclo de frustração.

A sociologia ajuda a compreender essa ferida dentro de um sistema mais amplo de hierarquias simbólicas. Pierre Bourdieu (2007) demonstrou que o consumo é uma forma de distinção social, um campo de disputa por reconhecimento. Nessa lógica, o desejo não é apenas individual, mas socialmente orientado: deseja-se aquilo que simboliza pertencimento. Quando o respaldo financeiro é insuficiente, o indivíduo é excluído não apenas do mercado, mas do espaço simbólico do “nós”. Essa exclusão produz o que se poderia chamar de “vergonha econômica”, um afeto silencioso que corrói a autoestima e transforma a pobreza em culpa. Zygmunt Bauman (2008) já advertia que a sociedade de consumo é também uma sociedade de descarte — e os que não podem consumir são tratados como falhos, desprovidos de valor. Assim, a desigualdade econômica traduz-se em desigualdade moral: a falta de dinheiro é reescrita como falta de mérito.

Do ponto de vista filosófico, o problema toca a essência da relação entre desejo e dignidade. O desejo é, em sua origem, força vital — o impulso que liga o sujeito ao mundo, que o move a criar, transformar e buscar. Quando essa força é sistematicamente frustrada por barreiras financeiras, ocorre uma cisão ontológica: o sujeito passa a duvidar de sua própria legitimidade de desejar. Em termos heideggerianos, o ser se distancia de seu projeto; em termos éticos, a esperança perde substância. Maurizio Lazzarato (2017), ao analisar a economia do endividamento, afirma que o capitalismo contemporâneo internalizou a dívida como modo de subjetivação: o indivíduo não apenas deve, mas sente-se

culpado por desejar além do que pode pagar. Assim, o desejo não realizado converte-se em dívida moral, e a autoestima, em cálculo. O ser humano, então, já não se mede por quem é, mas pelo que consegue financiar.

A psicologia humanista e a filosofia existencial destacam que a autoestima floresce na coerência entre desejo e realização, entre intenção e ação. Quando essa coerência é sistematicamente interrompida por limitações econômicas, a subjetividade se fragmenta. A autopercepção passa a ser filtrada pela ausência, e o eu se define pelo que lhe falta. O sentimento de impotência diante da impossibilidade de satisfazer desejos básicos ou simbólicos gera um tipo de sofrimento silencioso — o da autoanulação. O sujeito começa a restringir não apenas seus planos, mas também sua capacidade de sonhar. A escassez material, quando prolongada, ensina o corpo a não desejar, a aceitar a carência como destino. Essa pedagogia da renúncia é uma das formas mais cruéis de violência simbólica: ela destrói o impulso criador e aprisiona o indivíduo na lógica da sobrevivência.

Politicamente, as implicações dessa dinâmica são profundas. A autoestima é também um recurso social, condição de cidadania e de participação. Quando o sistema econômico perpetua a experiência de frustração e culpa, elimina as bases da autonomia e da resistência. As políticas públicas que tratam o consumo apenas como motor da economia ignoram sua dimensão psicológica e moral. Garantir renda, trabalho e acesso é também garantir autoestima, pois é permitir que o desejo possa existir sem humilhação. A desigualdade financeira não fere apenas o estômago — fere o símbolo. Ao impossibilitar que o desejo encontre expressão, o sistema neoliberal transforma a dignidade em privilégio. É nesse sentido que o sociólogo Axel Honneth fala do reconhecimento como fundamento ético da autoestima: ser reconhecido é poder existir no olhar do outro sem precisar pagar por isso.

A literatura e a poesia, por sua vez, oferecem uma linguagem capaz de tocar o que as estatísticas não alcançam. Adélia Prado, em sua poética do cotidiano, afirma que “o que a alma deseja é atenção” — e talvez seja isso o que falta quando o desejo não pode ser realizado: atenção, acolhimento, escuta. A impossibilidade de materializar um sonho não destrói apenas a expectativa, mas o

sentido de ser digno de cuidado. O sujeito que não pode comprar, construir ou ofertar sente que perde lugar no mundo, e o silêncio que nasce dessa exclusão é o oposto da poesia. A boca, símbolo da expressão e da fome, torna-se o lugar do recuo, e o bolso vazio converte-se em metáfora do não-dito. O desejo frustrado, quando não é compreendido coletivamente, torna-se culpa individual; e a autoestima, sem espaço para o perdão, encolhe.

Portanto, as implicações para a autoestima quando os desejos não encontram respaldo financeiro são ao mesmo tempo psicológicas, sociais, éticas e políticas. A ferida não é apenas individual, mas civilizatória. A sociedade que mede o valor das pessoas por sua capacidade de consumo fabrica uma multidão de existências silenciadas — seres que aprendem a esconder o desejo para não sentir vergonha. Restaurar a autoestima coletiva passa, então, por restituir ao desejo seu direito de existir, mesmo quando o bolso é pequeno. Implica resgatar o valor de ser para além do ter, o valor de sonhar sem ser cobrado, o valor de desejar sem se culpar. É nesse reencontro entre o humano e o possível que a autoestima volta a florescer — não como produto, mas como expressão de dignidade.

CAPÍTULO 4

EIXO 3 – SOCIOLÓGICO: DESIGUALDADE E ESTRUTURA SOCIAL

A ARQUITETURA DA CARÊNCIA: DESIGUALDADE DE RENDA E OS PARADOXOS ENTRE DESEJO E POSSIBILIDADE NO BRASIL

A desigualdade de renda no Brasil é uma ferida aberta que atravessa não apenas as estruturas econômicas, mas também o campo simbólico, afetivo e existencial da sociedade. Ela é o eixo invisível que organiza as possibilidades de vida, de desejo e de pertencimento. Quando se fala em “incoerência entre boca e bolso”, fala-se de uma fratura que não é apenas material, mas espiritual: um descompasso entre a vontade e o poder, entre o direito de sonhar e a capacidade de realizar. O Brasil é um país em que a abundância e a escassez convivem de modo brutal; onde a vitrine cintilante da modernidade coexiste com a invisibilidade de quem não pode comprar o que vê. Essa contradição forma o terreno psicológico e moral em que se reproduzem as hierarquias e a sensação coletiva de frustração.

A desigualdade de renda, mais do que um dado estatístico, é uma pedagogia social. Ela ensina, desde cedo, quem pode desejar e quem deve conter o desejo. Ensina que a fome é natural e que o silêncio é virtude. O bolso vazio se transforma, nesse contexto, em marca de destino, e o sujeito aprende a negociar constantemente entre o que quer e o que pode. As relações sociais brasileiras estão impregnadas dessa assimetria, e o cotidiano é o palco onde se encena a tentativa de disfarçar a pobreza e imitar a abundância. A boca fala a língua da esperança, mas o bolso é o tradutor da realidade — e nessa tradução, quase sempre, o sentido se perde.

Do ponto de vista sociológico, a incoerência entre boca e bolso revela a lógica de distinção que organiza as classes no Brasil. Pierre Bourdieu demonstrou que os hábitos, os gostos e as formas de consumo são instrumentos de poder simbólico. Aqui, o capital cultural e o capital econômico se entrelaçam,

produzindo um sistema em que o valor das pessoas é medido por sua capacidade de participar de um universo de signos. As elites mantêm o privilégio não apenas pela posse de bens, mas pela posse dos significados que definem o que é belo, digno ou desejável. As classes populares, por sua vez, vivem uma forma permanente de deslocamento: pertencem a um mundo que as rejeita, consomem fragmentos de um sonho que nunca se realiza plenamente. A desigualdade, assim, não é só econômica — é uma linguagem que distribui vozes e silêncios.

A desigualdade brasileira tem raízes históricas que perpetuam a herança da escravidão e do colonialismo. O privilégio de alguns foi construído sobre a expropriação do trabalho e da humanidade de outros, e essa herança ainda estrutura o imaginário nacional. A concentração de renda é acompanhada de concentração de visibilidade e de legitimidade. A boca que fala com autoridade é, quase sempre, a boca que nunca soube o gosto da fome. Já a boca que sente a carência é muitas vezes desacreditada, ridicularizada ou silenciada. O bolso, nesse cenário, torna-se metáfora de poder — e sua profundidade, uma medida de valor social.

Sob o olhar filosófico, essa desigualdade traduz uma deformação da liberdade. O ideal moderno prometeu autonomia e igualdade, mas o neoliberalismo transformou a liberdade em mercadoria. Maurizio Lazzarato descreve o “homem endividado” como figura central do capitalismo contemporâneo: um sujeito livre apenas para dever, para desejar o que o sistema oferece e pagar pelo que nunca possuirá completamente. No Brasil, essa condição se intensifica, pois o crédito é vendido como emancipação, quando na verdade aprisiona o indivíduo ao ciclo da dívida e da culpa. O bolso, que deveria ser instrumento de escolha, torna-se prisão do tempo; a boca, que deveria ser expressão de desejo, transforma-se em eco de um discurso publicitário.

A psicologia econômica corrobora esse diagnóstico ao demonstrar que a escassez financeira modifica o modo de pensar. Segundo Mullainathan e Shafir, a pobreza ocupa a mente como uma forma de ruído constante, reduzindo a capacidade de planejamento e ampliando a ansiedade. O sujeito sob escassez vive preso ao curto prazo, concentrado na sobrevivência, sem espaço cognitivo para projetar o futuro. A desigualdade de renda, portanto, não

apenas limita o acesso material, mas invade a arquitetura da mente, moldando a subjetividade. No Brasil, onde grande parte da população vive endividada e sob insegurança alimentar, o presente é o único tempo possível. A incoerência entre boca e bolso é, então, também uma incoerência entre desejo e tempo.

Politicamente, essa incoerência reflete escolhas estruturais. O Estado brasileiro tem historicamente oscilado entre políticas de redistribuição tímidas e políticas de austeridade que reforçam a concentração de riqueza. Mesmo as iniciativas mais progressistas, como o Bolsa Família, embora fundamentais, não romperam com a lógica que subordina o bem-estar ao consumo. O acesso ao mercado é tratado como substituto da cidadania, e o crédito, como forma de inclusão. Mas essa inclusão é ilusória: ela amplia o poder de compra, mas não o poder de existir. Enquanto isso, o topo da pirâmide acumula isenções, lucros e influência política. A boca popular continua prometida à democracia, mas o bolso continua refém do capital.

A desigualdade de renda, ao intensificar a distância entre o desejar e o poder, gera um sofrimento que é ao mesmo tempo coletivo e íntimo. O indivíduo que vive o descompasso entre o que vê e o que pode sente-se constantemente deslocado. Vive o paradoxo de um país que exhibe abundância nas vitrines e miséria nos rostos. A mídia e as redes sociais ampliam essa ferida ao celebrar uma estética da prosperidade, onde a felicidade se mede em objetos. O pobre é convidado a sonhar, mas condenado à vergonha quando não alcança o sonho. O desejo se transforma em dívida e a frustração, em culpa.

Poeticamente, a incoerência entre boca e bolso pode ser lida como o retrato da alma brasileira: generosa, desejante, mas ferida pela carência. A boca fala o idioma da vida, da alegria e da criação; o bolso, o idioma da falta, da espera e da contenção. Quando um não acompanha o outro, o país se fragmenta em existências inconciliáveis. A poesia, nesse contexto, surge como espaço de resistência — como forma de devolver dignidade ao desejo e beleza à falta. Como escreve Bruna Beber (2013, p. 42), “a poesia é o que ainda nos resta quando o mundo nos falta”, a palavra poética converte a ausência em força simbólica. A poesia, ao contrário da publicidade, não vende promessa; oferece presença.

A superação dessa incoerência exige, portanto, mais do que crescimento econômico. Exige uma refundação ética da convivência social, baseada na redistribuição de renda, mas também na redistribuição do sentido. A justiça não se esgota na partilha dos bens: ela precisa incluir a partilha do desejo e da palavra. A boca e o bolso, para reencontrarem coerência, precisam habitar um país que valorize o trabalho, o tempo e a dignidade como direitos inalienáveis. Só assim será possível transformar o silêncio da escassez em linguagem de igualdade, e o desejo reprimido em potência criadora. A verdadeira revolução brasileira talvez comece quando o bolso deixar de calar a boca — e o desejo puder, enfim, falar sem pedir licença!

CONSUMO E CONTRADIÇÃO: A (IN)COERÊNCIA ENTRE BOCA E BOLSO NO CAPITALISMO BRASILEIRO ATUAL

A classe social exerce uma influência que ultrapassa a dimensão econômica e alcança o campo simbólico, cultural e emocional das relações humanas. Ela não apenas define o poder de compra, mas também estrutura o imaginário do que é possível desejar e do que se considera legítimo possuir. Em sociedades desiguais como a brasileira, a renda não é apenas um dado mensurável, mas uma condição ontológica que determina o lugar que o sujeito ocupa no mundo. As classes sociais moldam, assim, tanto o que se consome quanto o modo de consumir, delimitando também o tipo de endividamento que cada grupo pode suportar. O consumo deixa de ser apenas uma transação financeira e se torna uma linguagem de pertencimento; o crédito, por sua vez, converte-se em ferramenta de inclusão simbólica, mas também em armadilha que aprisiona o desejo à lógica da dívida.

No Brasil, a expansão do crédito a partir dos anos 2000 promoveu uma sensação de mobilidade e ascensão. Famílias das classes populares, antes excluídas do mercado formal de consumo, passaram a acessar bens e serviços por meio do parcelamento e do financiamento. No entanto, essa inclusão foi marcada por uma assimetria profunda: enquanto os ricos usufruem do crédito como estratégia de investimento, os pobres o utilizam como mecanismo de sobrevivência ou de compensação simbólica. O resultado foi o aumento generalizado

do endividamento e o reforço das diferenças de classe. O crédito democratizou o consumo, mas não democratizou o conforto; incluiu os corpos no mercado, mas manteve suas almas cativas da culpa e da ansiedade.

A teoria de Pierre Bourdieu ajuda a compreender essa dinâmica ao revelar que o consumo é uma forma de distinção social. Cada classe consome não apenas de acordo com sua renda, mas de acordo com um conjunto de disposições aprendidas — gostos, hábitos, valores — que definem o que é “adequado” desejar. Nas classes altas, o consumo tende à ostentação discreta e à valorização simbólica do refinamento; nas classes médias e populares, o consumo se aproxima da visibilidade e do esforço de imitar os padrões das elites. Essa tentativa de espelhar-se nos modelos dominantes produz, muitas vezes, uma sensação de insuficiência e de frustração, pois o consumo, em vez de aproximar, evidencia as fronteiras de classe. O desejo de ascensão, mediado pelo crédito, acaba se transformando em dívida material e emocional, reforçando o sentimento de exclusão.

A psicologia econômica contemporânea, representada por Sendhil Mullainathan e Eldar Shafir, demonstra que a escassez altera o modo de pensar. O indivíduo que vive sob pressão financeira tende a concentrar-se nas urgências, sacrificando o planejamento e o discernimento de longo prazo. Essa limitação cognitiva é amplificada pela estrutura desigual que mantém as classes populares em estado permanente de sobrevivência. No contexto brasileiro, o uso do crédito torna-se uma extensão dessa escassez mental: a dívida é assumida como uma promessa de alívio, um modo de adiar o sofrimento e participar temporariamente do imaginário da abundância. O consumo, nesse sentido, é menos um ato racional do que um gesto de resistência — uma forma de afirmar o próprio valor diante de uma sociedade que associa dignidade à posse.

As classes médias, por outro lado, vivem a tensão entre estabilidade e ameaça. São classes que temem a queda e, por isso, consomem para afirmar sua permanência no lugar simbólico que ocupam. O endividamento, para elas, é um risco calculado, uma espécie de seguro identitário. Já as classes altas desfrutam do privilégio de transformar a dívida em investimento — elas devem para lucrar, enquanto os pobres devem para pertencer. Essa diferença revela

que o endividamento não é apenas uma questão financeira, mas uma expressão de poder. O crédito, ao ser desigualmente distribuído e precificado, reproduz a hierarquia social: quem tem mais paga menos; quem tem menos paga mais. A desigualdade, assim, infiltra-se nas taxas de juros, nos contratos e nas oportunidades, perpetuando a distância entre as classes.

Politicamente, essa dinâmica é sustentada por um Estado que historicamente transferiu responsabilidades públicas para os indivíduos. O neoliberalismo converteu o crédito em substituto da política social, fazendo da dívida um novo contrato social. O acesso ao consumo passou a ser interpretado como forma de cidadania, enquanto os direitos sociais foram reduzidos a produtos. No Brasil, essa lógica produziu uma população que se percebe livre para comprar, mas não livre para viver sem dever. O endividamento estrutural funciona como ferramenta de controle e de pacificação: quem deve, teme; e quem teme, obedece. O consumo, então, deixa de ser expressão de escolha e torna-se sintoma de submissão.

Filosoficamente, a desigualdade de classe revela um paradoxo da liberdade moderna. O sujeito é convidado a desejar sem limites, mas obrigado a enfrentar os limites do bolso. A promessa de autonomia é corrompida pela dependência financeira. Maurizio Lazzarato descreve essa condição como a do “homem endividado”, cuja existência é mediada pela culpa e pela vigilância de si mesmo. No Brasil, essa subjetividade se expressa na internalização da escassez: o trabalhador acredita que sua dificuldade econômica é resultado de falha moral, e não de injustiça estrutural. A dívida, assim, ultrapassa o campo econômico e adquire dimensão ética — ela define quem é confiável, quem é produtivo, quem é merecedor.

Do ponto de vista sociocultural, o consumo se tornou um espetáculo de pertencimento e o endividamento, seu bastidor invisível. As redes sociais amplificam esse fenômeno ao criar uma cultura de exibição, em que o valor do indivíduo está diretamente associado à aparência de sucesso. A classe média e as classes populares, pressionadas por essa estética da abundância, acabam vivendo uma forma de “consumo performático”, em que o ato de comprar é também o ato de provar que se existe. Essa pressão simbólica gera ansiedade e culpa, trans-

formando o prazer de consumir em angústia. O mercado, ciente disso, oferece crédito como alívio, reforçando o ciclo vicioso entre desejo e dívida.

Poeticamente, essa tensão pode ser lida como uma coreografia desigual entre o desejo e a possibilidade. A boca, que representa a expressão e o sonho, fala mais alto do que o bolso pode responder. A classe social dita o volume dessa fala: há vozes que ecoam e há vozes que se perdem no ruído da carência. Como afirma Sérgio Vaz (2011, p. 27), “a periferia é o centro de muita coisa que o mundo insiste em não ver”, e talvez a desigualdade seja exatamente isso: a recusa de enxergar a humanidade onde ela pulsa com mais força. O consumo, quando se transforma em tentativa de compensar o não reconhecimento, perde seu sentido original e torna-se dor disfarçada de brilho.

Assim, a classe social influencia o padrão de consumo e de endividamento ao articular economia, cultura e subjetividade. Ela define não apenas o que se pode comprar, mas o que se pode desejar; não apenas o que se deve, mas o que se sonha dever. O crédito aparece como mediador entre o sonho e a realidade, mas, em um país profundamente desigual, ele reforça a distância entre ambos. A solução não está em negar o consumo, mas em reconstruir o significado do pertencimento — um pertencimento que não dependa da dívida, mas da dignidade. Enquanto o desejo continuar medido pelo extrato bancário, o consumo será o espelho quebrado de uma sociedade que aprendeu a sonhar em parcelas.

CRÉDITO, CONSUMO E CATIVEIRO: A REPRODUÇÃO DA DESIGUALDADE NO CAPITALISMO BRASILEIRO

O capitalismo brasileiro, marcado por sua herança colonial e pela permanência de estruturas oligárquicas, encontrou no consumo e no crédito dois mecanismos centrais de reprodução da desigualdade. O acesso ao mercado de bens e serviços é apresentado como a via de realização individual e de inclusão social, mas essa inclusão é ilusória, pois depende de um endividamento que aprisiona os indivíduos nas fronteiras de sua própria escassez. No Brasil, a promessa de cidadania passou a ser mediada por cartões, carnês e contratos, e o pertencimento, outrora político, tornou-se financeiro. A sociedade é ensinada a desejar como se o consumo fosse o principal meio de reconhecimento, e o cré-

dito surge como o instrumento capaz de converter esse desejo em experiência, ainda que temporária. Entretanto, a estrutura econômica do país assegura que o custo dessa promessa seja assimétrico: os mais ricos consomem com juros baixos e liberdade de escolha, enquanto os mais pobres consomem com culpa e punição.

A desigualdade de renda brasileira é uma das mais altas do mundo e isso repercute diretamente no modo como o crédito é distribuído. O Banco Central, em seus relatórios recentes, demonstra que o rotativo do cartão de crédito ultrapassa 450% ao ano, atingindo principalmente as famílias de menor renda, que usam o crédito não para investir, mas para sobreviver. As classes altas, por sua vez, acessam modalidades de crédito subsidiadas, direcionadas a investimentos produtivos ou especulativos, e obtêm, assim, a multiplicação do capital. Esse contraste reflete uma verdade antiga: no Brasil, o dinheiro tem preço diferente conforme a classe social. O crédito que deveria ser instrumento de mobilidade converte-se em barreira de perpetuação. A desigualdade, portanto, não é apenas renda mal distribuída; é tempo desigual, é futuro vendido em parcelas desiguais.

Pierre Bourdieu, ao analisar as estruturas de classe no final do século XX, afirmou que o consumo é uma forma de distinção simbólica. No contexto brasileiro, essa distinção se exacerba, pois as classes populares aspiram à visibilidade e à dignidade associadas ao consumo das elites. O mercado, ao perceber esse desejo, oferece o crédito como atalho simbólico para o reconhecimento. Assim, o consumo se transforma em espetáculo de pertencimento e a dívida, em preço da visibilidade. As campanhas publicitárias reforçam esse ciclo ao associar felicidade, sucesso e amor próprio à posse de bens, consolidando um imaginário em que a vida digna se mede pelo poder de compra. O capitalismo brasileiro, ao estimular o consumo, faz do desejo um campo de controle social: todos são livres para desejar, mas apenas alguns são livres para realizar.

A filosofia ajuda a compreender a profundidade dessa armadilha. Maurizio Lazzarato, ao falar do “homem endividado”, descreve a dívida como forma de governo das almas. Endividar-se é comprometer o futuro, é transformar o tempo em obrigação. No Brasil, a dívida não é apenas uma relação econômica;

é uma pedagogia moral. O sujeito endividado é convidado a internalizar a culpa e a acreditar que sua situação é resultado de falha pessoal, e não de injustiça estrutural. O capitalismo neoliberal brasileiro converteu o crédito em substituto da política: em vez de garantir direitos, garante possibilidades condicionadas; em vez de igualdade, oferece a ilusão de oportunidade. O pobre é incluído para poder consumir, mas sua inclusão depende da submissão a um sistema de dívida que o impede de ascender. O crédito, assim, transforma-se em forma de dominação, pois dá acesso enquanto restringe, promete liberdade enquanto produz servidão.

Do ponto de vista psicológico e comportamental, os efeitos da escassez são devastadores. Sendhil Mullainathan e Eldar Shafir demonstraram que a pobreza e o endividamento crônico reduzem a capacidade de planejamento, estreitam o horizonte mental e geram ansiedade contínua. No Brasil, onde a maioria das famílias vive sob pressão financeira, o crédito aparece como alívio imediato, um respiro em meio à urgência. Entretanto, o preço desse alívio é alto: juros abusivos, renegociações infinitas e a perpetuação da sensação de fracasso. O devedor vive num estado permanente de tensão entre o desejo e a culpa. Seu cotidiano é marcado pela espera do pagamento, pela contagem dos dias e pelo medo da cobrança. O tempo da dívida é o tempo do atraso, e o atraso é a tradução contemporânea da desigualdade.

Politicamente, o capitalismo brasileiro mantém sua estabilidade ao transferir a responsabilidade coletiva da desigualdade para o indivíduo. Ao fazer do crédito a principal política de inclusão, o Estado delega ao mercado a tarefa de gerir o bem-estar social. A cidadania passa a ser medida pela capacidade de consumo, e o fracasso financeiro, interpretado como incompetência pessoal. Essa ideologia desmobiliza as classes populares, pois substitui o conflito político por culpa privada. O sistema opera de modo eficaz: mantém a economia em funcionamento, o consumo em alta e a desigualdade em silêncio. As reformas econômicas, frequentemente orientadas por uma lógica de austeridade, agravam esse cenário ao cortar políticas redistributivas e ampliar a dependência do crédito como meio de acesso à sobrevivência.

Filosoficamente, essa estrutura revela o esvaziamento da ideia de liberdade. Hannah Arendt definiu a liberdade como a capacidade de iniciar algo novo, mas no capitalismo financeiro essa capacidade é substituída pela obrigação de pagar o que já foi iniciado. A dívida cancela a possibilidade da criação; aprisiona o sujeito no passado. O devedor, mesmo quando paga, continua em débito simbólico, pois a estrutura da desigualdade permanece intocada. O capitalismo brasileiro é, nesse sentido, uma máquina de domesticação do desejo: oferece a promessa de movimento, mas garante a permanência da hierarquia.

Poeticamente, pode-se dizer que o capitalismo ensina a sonhar em prestações. A boca fala o desejo, mas o bolso dita o ritmo. O sonho é parcelado em doze vezes sem juros — até o atraso. O consumo, antes experiência de prazer, torna-se rito de sobrevivência e tentativa de dignidade. A publicidade sussurra: “Você pode tudo”, enquanto o extrato bancário responde: “Mas não por muito tempo”. A poeta Ana Martins Marques (2009, p. 42) escreve que “às vezes é preciso inventar o que falta”, e talvez seja isso que resta a quem vive entre o querer e o poder. A pobreza, aqui, não é apenas carência, mas também imaginação — a capacidade de criar sentido onde o mercado só vê ausência.

O capitalismo brasileiro, ao articular consumo e crédito, tende a naturalizar a desigualdade e a converter o desejo em uma forma de dívida simbólica. Essa dinâmica parece sustentar-se em mecanismos de sedução e de medo — a sedução associada ao consumo e o medo vinculado à exclusão social. Nesse arranjo, o sistema mantém certa estabilidade, ainda que marcada por tensões, ao oferecer uma esperança que se renova em parcelas. Enquanto a riqueza se amplia pela acumulação, a pobreza se perpetua pela promessa de ascensão. Pensar em alternativas a esse ciclo pode implicar não apenas a criação de políticas de renda, mas também uma reflexão sobre as bases éticas do crédito e sobre os modos pelos quais o desejo é socialmente orientado. Talvez, em contextos em que o consumo não se vincule essencialmente à dívida e o valor do indivíduo não se defina pelo poder de compra, outras formas de convivência econômica e simbólica possam emergir.

O ESPELHO DAS VITRINES: O CONSUMO COMO LINGUAGEM DE INCLUSÃO E EXCLUSÃO NA SOCIEDADE BRASILEIRA

O consumo tornou-se, no capitalismo contemporâneo, uma das mais complexas linguagens de pertencimento e exclusão. No Brasil, essa lógica assume contornos singulares, pois se inscreve em um tecido social profundamente marcado por desigualdades históricas e pela persistência de estruturas de privilégio herdadas da escravidão e do colonialismo. Aqui, consumir é mais do que satisfazer necessidades: é um gesto simbólico, um modo de existir socialmente. A sociedade brasileira aprendeu a reconhecer o cidadão pelo que ele exhibe e não pelo que ele é; quem consome é visto, quem não consome desaparece. Nesse cenário, o consumo opera como uma pedagogia social, ensinando que o valor do sujeito está na vitrine, não na voz.

Nas últimas décadas, as políticas de ampliação do crédito e de inclusão econômica promoveram um fenômeno inédito: milhões de brasileiros tiveram acesso a bens e serviços que antes eram inacessíveis. Essa expansão foi celebrada como avanço democrático, e o consumo passou a ser interpretado como símbolo de cidadania. Contudo, essa inclusão é mais aparente do que real. O crédito, apresentado como instrumento de liberdade, converteu-se em mecanismo de endividamento e dependência. O consumidor incluído tornou-se o devedor permanente, preso à promessa de uma igualdade que nunca se cumpre. A lógica do mercado, ao incorporar os pobres como consumidores, não os integra plenamente; apenas os acomoda dentro de uma estrutura que continua a concentrar renda e poder.

A sociologia de Pierre Bourdieu ajuda a compreender a dimensão simbólica dessa contradição. O consumo, para ele, é um campo de distinção, em que cada classe busca afirmar sua identidade e seu lugar na hierarquia social por meio do gosto, do estilo e da posse de determinados bens. No Brasil, essa distinção é amplificada pelo peso das aparências. A desigualdade não se contenta em ser material: ela precisa ser visível. O consumo torna-se, então, uma performance de status. As classes médias e populares, estimuladas pela publicidade e pelas redes sociais, buscam reproduzir os padrões de consumo

das elites, acreditando que o acesso ao objeto trará consigo o reconhecimento simbólico. Essa busca, no entanto, tende a reforçar as fronteiras de classe, porque o consumo é estruturado pela escassez: quanto mais o acesso se amplia, mais o mercado cria novas formas de diferenciação.

O capitalismo brasileiro construiu uma estética da desigualdade. As vitrines, as propagandas e as redes sociais formam uma narrativa coletiva que associa felicidade à compra, dignidade à posse e sucesso à aparência. Essa narrativa não é inocente: ela desloca a atenção da política para o consumo e transforma o cidadão em cliente. O pertencimento deixa de ser direito e passa a ser produto. O consumo é vendido como instrumento de liberdade, mas o que ele oferece, de fato, é uma forma de domesticação. O desejo é canalizado, organizado, administrado. Como observa Jean Baudrillard, o valor de uso dá lugar ao valor de signo — consome-se não pelo que o objeto é, mas pelo que ele representa. O indivíduo é incluído na lógica do mercado, mas excluído da experiência autêntica da liberdade.

No plano psicológico, o consumo atua como mecanismo de compensação emocional diante da precariedade. A economia comportamental mostra que a escassez financeira estreita o foco da atenção, reduz a capacidade de planejamento e intensifica o desejo por gratificação imediata. No Brasil, onde grande parte da população vive sob tensão econômica, o ato de comprar representa, muitas vezes, um gesto de afirmação subjetiva — uma tentativa de romper, ainda que momentaneamente, com a sensação de impotência. Contudo, esse alívio é breve, e logo vem acompanhado pela culpa e pela dívida. A experiência do consumo torna-se, assim, um ciclo de prazer e punição, de pertencimento e exclusão. A inclusão simbólica pelo consumo é anulada pela exclusão material do endividamento.

Politicamente, o consumo foi instrumentalizado como ferramenta de pacificação social. O Estado neoliberal transfere ao mercado a tarefa de produzir sentido coletivo e estabilidade emocional. O cidadão, em vez de reivindicar direitos, é convidado a consumir. O sucesso do capitalismo brasileiro está justamente em transformar a desigualdade em estética e o endividamento em rotina. O crédito é vendido como democratização do acesso, mas, na prá-

tica, serve para manter a estrutura da desigualdade funcionando. Ele permite que o pobre sonhe com o mesmo objeto que o rico, mas impede que alcance o mesmo tempo, o mesmo descanso, o mesmo futuro. O consumo, que deveria humanizar, acaba desumanizando, pois faz da experiência social um espetáculo de competição.

Filosoficamente, essa dinâmica revela uma forma de alienação que ultrapassa o campo econômico. Maurizio Lazzarato, ao analisar a figura do “homem endividado”, demonstra que o capitalismo contemporâneo produz subjetividades marcadas pela culpa e pela dívida. Endividar-se não é apenas dever dinheiro — é dever ser alguém à altura das expectativas impostas pelo sistema. No Brasil, essa dívida é dupla: econômica e simbólica. O indivíduo sente-se em falta não apenas com o banco, mas com a sociedade que o convenceu de que o sucesso é um dever moral. A liberdade, nesse contexto, é ficção: somos livres para desejar, mas o desejo já nos foi ensinado.

A poesia talvez seja o espaço onde essa contradição se revela com mais delicadeza. Adélia Prado, em sua simplicidade filosófica, diz que “a pobreza é minha estética”, devolvendo dignidade àquilo que o consumo tenta apagar. Em contraponto à lógica do mercado, a poesia ensina que a presença vale mais que a posse, e que o ser humano é, antes de tudo, um corpo que sente, e não uma vitrine que exhibe. O consumo promete pertencimento, mas a arte lembra que a verdadeira inclusão é o reconhecimento da humanidade comum. O brilho das vitrines não ilumina o que importa; apenas reflete o vazio das desigualdades.

Em última instância, o consumo pode funcionar como uma forma de inclusão quando articulado a contextos sociais que oferecem condições materiais, simbólicas e políticas para uma vida digna. Na ausência dessas condições, tende a refletir e a reproduzir a exclusão sob a aparência da igualdade. No caso brasileiro, o consumo parece ocupar simultaneamente o lugar do sonho e da limitação: inclui pela promessa de acesso e exclui pelas estruturas que restringem sua efetivação. A inclusão, nesse sentido, poderia estar menos relacionada à ampliação de bens e mais à redistribuição de visibilidade e reconhecimento, de modo que diferentes vozes e corpos encontrem espaço de expressão. Talvez em contextos nos quais o desejo não se confunda in-

teiramente com a mercadoria e o reconhecimento não dependa do valor de troca, o consumo possa adquirir outros significados, mais próximos de uma experiência de pertencimento coletivo.

A DÍVIDA COMO CULTURA: OS EFEITOS SOCIOCULTURAIS DO CONSUMO FINANCIADO NO CAPITALISMO BRASILEIRO

O consumo mediado pela dívida constitui uma das manifestações mais emblemáticas do capitalismo financeiro contemporâneo. Ele representa não apenas uma prática econômica, mas uma forma de organização da vida social, um modo de subjetivação e uma pedagogia moral que reconfigura a relação do indivíduo com o tempo, com o desejo e com o outro. No Brasil, essa condição adquire contornos particulares, pois o crédito tornou-se o principal instrumento de integração simbólica das classes populares a uma modernidade que as exclui estruturalmente. A dívida oferece a ilusão de pertencimento, permitindo que os indivíduos participem, ainda que temporariamente, da lógica do consumo globalizado. Contudo, essa inclusão é efêmera e desigual: o acesso é facilitado, mas o preço é desproporcional. O crédito, vendido como emancipação, é, na verdade, uma forma de servidão contemporânea.

A economia brasileira construiu, desde o início dos anos 2000, um modelo de crescimento baseado na expansão do consumo e do crédito. Essa estratégia, que ampliou o mercado interno e promoveu uma sensação de mobilidade social, também consolidou a financeirização do cotidiano. Hoje, mais de 70% das famílias brasileiras estão endividadas, e o crédito rotativo — um dos mais caros do mundo — atinge justamente os segmentos mais pobres. O endividamento, que deveria ser uma ferramenta de planejamento, converte-se em armadilha. A inclusão pelo consumo é, na verdade, uma inclusão pelo débito. O sujeito é convidado a comprar o que não pode pagar, a viver o presente hipotecando o futuro. O resultado é uma sociedade de consumo sustentada por uma economia da antecipação, onde o prazer imediato é garantido pelo preço do tempo.

O crédito funciona, nesse contexto, como promessa de igualdade. Ele permite que diferentes classes sociais acessem os mesmos bens, frequentem os

mesmos espaços, usem as mesmas marcas. Porém, essa igualdade é ilusória. O que o crédito oferece não é o mesmo produto, mas o mesmo símbolo — e a um custo desigual. Os ricos se endividam para multiplicar capital; os pobres, para sobreviver e pertencer. O crédito democratiza o desejo, mas mercantiliza o futuro. A igualdade que ele propõe é apenas estética, uma encenação social que mascara a permanência das desigualdades estruturais. O consumo financiado, portanto, é uma forma de participação simbólica que, paradoxalmente, reforça a exclusão material.

A sociologia de Pierre Bourdieu ajuda a compreender que o consumo é uma forma de distinção e não de convergência. As classes sociais não consomem apenas para satisfazer necessidades, mas para afirmar posições e identidades. O gosto, o estilo e a escolha de objetos são expressões do capital simbólico, que se sobrepõe ao econômico. No Brasil, essa dinâmica é intensificada por uma cultura de aparência, em que a visibilidade é sinônimo de valor. O consumo torna-se espetáculo e o crédito, seu ingresso. As classes populares são convidadas a participar da cena social, mas apenas enquanto conseguem sustentar a performance. Quando o crédito se esgota, a exclusão retorna com a força da cobrança. O mercado concede visibilidade e, em seguida, retira-a com juros. O endividamento é, assim, uma forma de disciplinamento social — um mecanismo que permite incluir para melhor controlar.

Filosoficamente, o consumo mediado pela dívida expressa a captura da liberdade moderna pelo mercado. Maurizio Lazzarato descreve o “homem endividado” como a figura central do neoliberalismo: um sujeito que vive permanentemente em débito — financeiro, moral e existencial. No Brasil, essa figura é marcada pela culpa e pela esperança. O devedor acredita que sua dívida é prova de confiança, e não de dependência. Ele internaliza o discurso do mérito, convencendo-se de que deve porque escolheu, que paga porque é responsável. O sistema, por sua vez, transforma a obrigação em virtude. A moral da dívida substitui a ética da solidariedade. O devedor é ao mesmo tempo culpado e disciplinado, e sua submissão é apresentada como cidadania. A liberdade é reduzida à capacidade de contrair crédito, e o futuro, à capacidade de pagá-lo.

Do ponto de vista psicológico, o endividamento cria uma forma de ansiedade estrutural. Estudos da economia comportamental, como os de Mullai-

nathan e Shafir, mostram que a escassez afeta a cognição, restringindo o pensamento e priorizando o curto prazo. A dívida impõe um estado de urgência constante. O sujeito endividado vive mentalmente ocupado pela falta: ele não pensa com liberdade, pensa com preocupação. No Brasil, essa condição se agrava, pois o crédito é vendido como alívio emocional. Comprar não é apenas adquirir um bem, mas respirar. O ato de consumo se torna um gesto de autoafirmação, um instante de potência em meio à impotência cotidiana. No entanto, o prazer é breve, e logo é substituído pela culpa. O consumo, então, se transforma em ritual de exaustão: o sujeito compra para aliviar a dor de dever e se endivida para suportar a dor de não pertencer.

Politicamente, o crédito cumpre uma função de governança. Ele desloca o conflito social do campo coletivo para o campo individual. O que antes era luta por direitos torna-se problema de inadimplência. O Estado neoliberal transfere ao mercado a tarefa de mediar o acesso aos bens e à dignidade. A dívida passa a substituir o direito, e o consumo, a política. A desigualdade é mantida não pela violência explícita, mas pelo consentimento financeiro. O devedor é um cidadão pacificado: ele não protesta, negocia. A pacificação social pelo crédito é uma forma moderna de dominação, mais eficiente porque opera pela esperança. O consumo financiado mantém a promessa de ascensão enquanto perpetua a dependência. O capitalismo brasileiro sobrevive nesse equilíbrio instável entre o desejo e o débito, entre a liberdade aparente e a servidão silenciosa.

Culturalmente, o consumo endividado molda o imaginário coletivo. Ele cria uma estética da abundância em meio à escassez, um discurso de prosperidade em meio à precariedade. As redes sociais amplificam esse paradoxo, transformando a dívida em invisível e o consumo em espetáculo. O corpo endividado é também o corpo exibido. O crédito possibilita a performance da felicidade, e o endividamento é o custo da aparência. A dívida torna-se invisível não porque é superada, mas porque é normalizada. A cultura brasileira da ostentação, marcada por slogans como “você merece”, reforça o vínculo entre consumo e valor pessoal. O consumo, assim, passa a ser o idioma da dignidade — e o crédito, o tradutor de uma sociedade que mede o ser pelo ter.

Poeticamente, essa experiência revela um país que aprendeu a sonhar com dinheiro emprestado. A dívida é o eco do desejo, e o desejo é a sombra da

falta. O pobre é autorizado a desejar, mas apenas se aceitar dever. A boca fala o nome da marca, enquanto o bolso silencia o preço. Como escreve Sérgio Vaz (2011, p. 45), “a poesia é a arma que o pobre tem pra sonhar”, e talvez seja justamente essa arma poética o último gesto de liberdade: a recusa em confundir o valor da vida com o valor do crédito. A poesia, nesse contexto, é o espaço da restituição — o lugar onde o desejo volta a ser humano, e não contábil.

Em síntese, os efeitos socioculturais de um consumo mediado pela dívida são devastadores e complexos. A dívida redefine o tempo, aprisiona o desejo e transforma o sujeito em garantidor de sua própria servidão. O capitalismo brasileiro não apenas distribui crédito; ele distribui culpa e esperança. O consumo financiado cria uma inclusão aparente e uma exclusão profunda, um pertencimento que depende da submissão. Enquanto o crédito for a principal forma de acesso ao sonho, o país continuará a viver entre o prazer e a penhora, entre o desejo e o débito. Romper esse ciclo exige reinventar o sentido de valor, libertar o tempo humano do tempo financeiro e devolver à vida o direito de não dever.

O MERCADO E O SONHO: A ENGENHARIA DO DESEJO E A REPRODUÇÃO DAS CLASSES NO CAPITALISMO BRASILEIRO

A segmentação de mercado constitui uma das expressões mais complexas e sutis da racionalidade capitalista contemporânea. Ela organiza o consumo, mas também organiza o olhar, o desejo e o modo como os sujeitos compreendem a si mesmos e aos outros. Ao separar o público em classes e perfis, o mercado cria mundos paralelos de significação, em que cada grupo é ensinado a desejar de acordo com o que pode pagar. No Brasil, onde a desigualdade é profunda e persistente, essa lógica não apenas reflete as diferenças de classe — ela as reifica, transformando-as em estilo de vida. A promessa de personalização é, na verdade, um projeto de controle simbólico: o indivíduo sente-se livre ao escolher, mas o horizonte de suas escolhas já está delimitado por sua posição econômica.

A economia digital intensificou esse processo ao transformar o comportamento humano em dado mensurável. As grandes corporações, por meio de algoritmos e bancos de dados, rastreiam padrões de consumo e constroem per-

fis cada vez mais precisos, capazes de antecipar desejos e prever decisões. O consumo deixa de ser expressão da vontade e passa a ser resposta a estímulos invisíveis. O mercado sabe o que se quer antes que o próprio sujeito saiba. Essa inversão radical da autonomia faz do consumidor um objeto de cálculo, e não de liberdade. A segmentação, nesse contexto, opera como forma de vigilância afetiva: observa o desejo, regula o sonho e impõe limites sob o disfarce da escolha.

No Brasil, essa engenharia simbólica se articula à herança colonial e à desigualdade estrutural. A publicidade, ao falar a diferentes classes, não apenas reconhece a diversidade social — ela a naturaliza. As classes altas são convidadas à distinção e à exclusividade; as classes médias, ao esforço e à meritocracia; as classes populares, ao acesso e à conquista. O mesmo sistema que promete inclusão produz a sensação de inferioridade e fracasso em quem não alcança o ideal proposto. A segmentação de mercado é, portanto, uma pedagogia social do limite: ensina cada sujeito a desejar dentro de seu perímetro econômico. O pobre sonha em parecer classe média; a classe média sonha em parecer elite; e a elite, em diferenciar-se de todos.

Do ponto de vista sociológico, Pierre Bourdieu oferece as chaves para compreender esse fenômeno. O gosto, explica ele, é a forma pela qual o capital cultural se manifesta e reforça a posição social. O mercado, ao transformar o gosto em categoria mercadológica, converte a diferença simbólica em lucro. No Brasil, onde o consumo tornou-se um dos principais marcadores de pertencimento, essa lógica é ainda mais poderosa. O “mercado popular”, a “classe C emergente”, o “luxo acessível” — todos esses conceitos traduzem, na linguagem da publicidade, o mapa social da desigualdade. A segmentação não apenas nomeia grupos; ela os legitima como naturais, criando fronteiras invisíveis entre o que é possível desejar e o que é proibido sonhar.

Politicamente, essa estrutura é funcional ao neoliberalismo. Ao transferir a promessa de mobilidade social do campo dos direitos para o campo do consumo, o sistema econômico substitui a política pela publicidade. A cidadania é convertida em perfil de cliente, e o Estado, ao invés de garantir igualdade, promove o crédito como forma de inclusão. O resultado é uma sociedade paci-

ficada pelo consumo, mas tensionada pela culpa. Cada indivíduo é responsável por seu sucesso ou fracasso; cada dívida é interpretada como falha pessoal, e não como efeito estrutural. A segmentação de mercado, nesse sentido, é um dispositivo de governo: governa os corpos pelo desejo e as mentes pela esperança.

Filosoficamente, essa condição representa o triunfo do simulacro sobre o real. Jean Baudrillard argumenta que, na sociedade de consumo, os objetos deixaram de ter valor de uso para adquirir valor de signo. Compra-se não o que se precisa, mas o que significa status, distinção ou pertencimento. A segmentação intensifica essa lógica ao associar o consumo à identidade. Não basta ter um produto; é preciso que ele traduza quem se é — ou quem se deseja parecer ser. Assim, a diferença de classe deixa de ser apenas material e passa a ser estética, moral e emocional. O consumo segmentado produz subjetividades adaptadas às desigualdades: o desejo é domesticado e o sonho, tarifado.

Psicologicamente, o impacto dessa estrutura é devastador. As classes populares, estimuladas pela publicidade a desejar o que não podem pagar, vivem em estado de tensão entre a aspiração e a limitação. O crédito, nesse contexto, surge como mediador simbólico da dignidade. Ter acesso ao consumo é sentir-se parte; não ter, é ser excluído. Essa lógica, entretanto, é cruel: ela inclui pelo endividamento e exclui pela inadimplência. A economia comportamental demonstra que a escassez reduz a capacidade de planejamento e aumenta a impulsividade, tornando os consumidores mais vulneráveis às armadilhas do mercado. O prazer de comprar é rapidamente substituído pela angústia da dívida — e o ciclo se repete.

Culturalmente, o resultado é a estetização da desigualdade. O consumo cria uma paisagem simbólica em que cada classe habita um imaginário próprio. A elite é educada para a discrição, a classe média para a ostentação meritocrática e os pobres para o espetáculo da conquista. A publicidade brasileira, ao longo do século XXI, construiu uma narrativa de sucesso que associa o consumo à superação pessoal. O “você merece” torna-se um imperativo moral, e o ato de comprar, uma forma de compensar a precariedade da vida social. A segmentação, assim, não apenas distribui produtos, mas também distribui afetos — orgulho, inveja, vergonha, pertencimento.

Poeticamente, esse processo pode ser visto como o retrato de um país que sonha por parcelas. O desejo coletivo é fragmentado e financiado. A boca fala a língua das marcas, e o silêncio do bolso dita o ritmo das aspirações. A desigualdade brasileira é, antes de tudo, uma desigualdade de sonho: enquanto uns desejam liberdade, outros desejam apenas sobreviver. A poesia, nesse cenário, é o respiro que escapa da lógica mercantil, o espaço em que o querer não tem preço. Adélia Prado lembra que “o que a alma deseja é atenção” — e talvez essa atenção seja a forma mais radical de resistência ao mercado que ensina a desejar o que se pode pagar, e não o que se precisa viver.

Em última instância, a segmentação de mercado não apenas direciona desejos, mas também define os contornos do possível. Ela transforma a diferença social em destino, e o consumo, em gramática da existência. O capitalismo brasileiro sobrevive porque aprendeu a administrar a esperança: promete inclusão, mas a entrega com juros. Enquanto o mercado determinar o que se deve sonhar e até onde se pode sonhar, a desigualdade permanecerá não apenas nas estatísticas, mas nas formas de imaginar o mundo. Libertar o desejo da segmentação é mais do que um ato econômico; é um gesto ético e estético. É devolver ao ser humano o direito de querer sem pedir permissão, e de sonhar sem limite de crédito.

CAPÍTULO 5

EIXO 4 – POLÍTICO: REGULAÇÃO E POLÍTICAS PÚBLICAS

ECONOMIA DO DESEJO E JUSTIÇA DO COTIDIANO: POLÍTICAS PÚBLICAS PARA REAPROXIMAR BOCA E BOLSO NO BRASIL DESIGUAL

A dissociação entre boca e bolso, metáfora que revela a distância entre o desejo e a possibilidade material, é uma das expressões mais contundentes da desigualdade brasileira. Essa separação não é fruto de um acaso histórico nem de uma falha individual, mas resultado de uma estrutura econômica e política que naturaliza a escassez e privatiza o acesso à dignidade. A boca, que representa o desejo, o sonho e a necessidade, fala em um idioma que o bolso, exaurido pela precariedade, não consegue acompanhar. Reverter essa dissociação é tarefa de natureza ética e política, e só pode ser realizada por políticas públicas que ultrapassem a lógica compensatória, instaurando um projeto de justiça social sustentado em renda, crédito e direitos.

A primeira dimensão dessa reconstrução é a renda. A desigualdade salarial e a desvalorização histórica do trabalho formal criaram no Brasil um abismo que separa a produtividade do poder de compra. Políticas como a valorização do salário mínimo, a expansão das negociações coletivas e os programas de transferência de renda – como o Bolsa Família, em suas diferentes fases – mostraram empiricamente que a ampliação da renda dos mais pobres reduz não apenas a pobreza monetária, mas também a pobreza simbólica, ao permitir o acesso àquilo que sustenta o sentimento de pertencimento. Garantir uma renda mínima e estável não é um gesto de benevolência do Estado, mas uma forma de devolver à vida cotidiana a previsibilidade e a dignidade perdidas. A boca volta a falar com menos medo da fome, e o bolso volta a carregar o tempo necessário para o planejamento e para o sonho.

Entretanto, a renda, isoladamente, parece insuficiente para restabelecer a relação entre desejo e possibilidade. O crédito surge, nesse contexto, como um

eixo igualmente relevante, ainda que ambíguo. No Brasil, observa-se a consolidação de um sistema financeiro que, em muitos casos, tende a penalizar as camadas mais vulneráveis por meio de juros elevados e práticas que podem ser consideradas predatórias, convertendo o crédito em um instrumento de controle mais do que de emancipação. A promulgação da Lei nº 14.181/2021, conhecida como Lei do Superendividamento, representa um avanço normativo ao reconhecer a proteção do consumidor endividado como questão vinculada à cidadania. Contudo, sua efetivação enfrenta entraves de ordem cultural e econômica, especialmente em um contexto em que a lógica financeira frequentemente se estrutura em torno da maximização da responsabilidade individual pela dívida. Nesse cenário, o debate sobre o crédito envolve não apenas parâmetros jurídicos e econômicos, mas também éticos e sociais, na medida em que sua função pode oscilar entre promover inclusão ou reforçar desigualdades, dependendo das condições em que é concedido e regulado.

Além disso, é preciso compreender que a política de crédito deve estar articulada à política de tempo. O endividamento rouba o tempo do sujeito ao converter o futuro em obrigação. Quando o Estado regula o crédito e assegura o mínimo existencial, ele devolve ao cidadão o direito de planejar, de respirar e de iniciar algo novo – o que Hannah Arendt chamava de capacidade de ação. Assim, a política pública não se limita a corrigir excessos do mercado, mas reconfigura as condições de liberdade. O bolso não pode ser o carcereiro do desejo; o crédito, quando orientado à emancipação, torna-se um instrumento de reconstrução da vida.

O terceiro eixo indispensável é o fortalecimento dos bens e serviços públicos. A reconciliação entre boca e bolso depende de um Estado capaz de garantir acesso universal a educação, saúde, transporte, cultura e lazer de qualidade. Quando o transporte é precário, o cidadão paga com tempo e dinheiro o que deveria ser direito; quando a escola pública falha, a família endivida-se para pagar por um ensino privado; quando a saúde não alcança, o consumo se converte em remendo da ausência. A mercantilização do essencial é a face mais cruel da desigualdade. Políticas públicas robustas, sustentadas por financiamento progressivo e participação social, diminuem a necessidade de

comprar o que deveria ser garantido. E ao reduzir a dependência do mercado, ampliam a liberdade do desejo. A boca, então, pode falar de outros assuntos além da sobrevivência.

Politicamente, essas três dimensões – renda, crédito e direitos – só adquirem força transformadora quando articuladas a uma concepção de cidadania que se opõe ao modelo neoliberal. O neoliberalismo, ao deslocar a responsabilidade da vida para o indivíduo, substituiu a figura do cidadão pela do consumidor. O fracasso passou a ser tratado como falha pessoal, e o endividamento como problema moral. Reverter essa lógica exige políticas públicas que recuperem o sentido de comunidade e restabeleçam a solidariedade como valor político. A redistribuição não é caridade: é a condição mínima para a democracia. Sem igualdade material, a liberdade é apenas retórica. O Estado deve ser o mediador entre o desejo e o possível, garantindo que o querer humano não dependa da sorte do mercado.

Do ponto de vista filosófico, reduzir a dissociação entre boca e bolso é também um ato de recompor o vínculo entre o corpo e a palavra. Hannah Arendt lembrava que a liberdade se realiza na esfera pública, quando o homem pode agir e falar sem ser condicionado pela necessidade. Um corpo faminto ou endividado não é plenamente livre para pensar, criar e desejar. Por isso, políticas públicas eficazes devem devolver ao cidadão o espaço do agir, substituindo a urgência da sobrevivência pela possibilidade da criação. O alimento e o trabalho são o primeiro passo; o segundo é o direito de imaginar. O Estado, ao garantir o necessário, não sufoca o desejo – ele o liberta.

Sociologicamente, a recomposição entre boca e bolso é também uma luta simbólica. Pierre Bourdieu demonstrou que as desigualdades econômicas produzem desigualdades de reconhecimento, e que o consumo se converte em linguagem de distinção. O pobre é ensinado a consumir para pertencer, mas é imediatamente excluído pela lógica do crédito que o aprisiona. As políticas públicas precisam, portanto, interferir nesse ciclo de humilhação simbólica, criando novas formas de pertencimento coletivo que não dependam da capacidade de compra. Quando o Estado investe em cultura, arte, esporte e espaços de convivência, ele amplia as formas de reconhecimento que não passam pelo mercado. A boca volta a ser voz, e o bolso deixa de ser a medida do ser.

Poeticamente, pode-se dizer que reduzir a distância entre boca e bolso é devolver ao desejo a sua humanidade. É permitir que o sonho não seja vendido em parcelas, que a palavra não precise pedir crédito para existir. Como escreve Bruna Beber (2013, p. 58) “viver é gastar o que não se tem pra sentir que existe”, e talvez essa frase sintetize a resistência poética diante da mercantilização da vida: o valor não está no que se tem, mas no que se é capaz de sentir e compartilhar. A política pública, quando orientada pela justiça e pela escuta, é também uma forma de poesia — porque reorganiza o tempo, devolve o corpo à fala e restitui o silêncio ao cansaço.

Em última instância, reduzir a dissociação entre boca e bolso é reconstruir o pacto social brasileiro. É substituir o medo pela confiança, a dívida pela dignidade, a carência pela partilha. É afirmar que o Estado existe não para gerir o mercado, mas para proteger o humano de sua transformação em mercadoria. Políticas públicas não são apenas ferramentas administrativas: são instrumentos de reencantamento do mundo. Quando a renda é justa, o crédito é ético e o direito é universal, o país reencontra o tom entre o querer e o poder, entre a fome e o verbo. A boca e o bolso, enfim, podem respirar o mesmo ar.

O TEMPO DO DESEJO E O PREÇO DO DINHEIRO: REGULAÇÃO DO CRÉDITO E DOS JUROS COMO ATO DE JUSTIÇA SOCIAL

A coerência entre desejo e capacidade de pagamento é uma das expressões mais complexas do equilíbrio social. Em uma sociedade moldada pela lógica do crédito e do consumo, a ausência de regulação adequada transforma o sonho em armadilha e o desejo em dívida. No Brasil, onde os juros atingem níveis historicamente abusivos e o crédito é frequentemente vendido como símbolo de inclusão, essa incoerência torna-se o retrato de um país em que a liberdade de consumir convive com a servidão financeira. A questão da regulação, portanto, ultrapassa a técnica econômica e adentra o campo da ética, da política e da filosofia: trata-se de devolver à experiência humana o direito de desejar sem ser punido pela própria aspiração.

O crédito, quando desregulado, deixa de ser um instrumento de circulação da riqueza para tornar-se um mecanismo de controle social. Maurizio Lazzara-

to (2017) descreve o sujeito endividado como aquele cujo futuro foi antecipado e penhorado. O homem contemporâneo é prisioneiro do tempo, condenado a pagar por um passado de consumo que já não tem sentido presente. No Brasil, essa condição é exacerbada por uma estrutura financeira que naturaliza a desigualdade: os mais pobres pagam os juros mais altos, e o sistema bancário lucra com a precariedade de quem busca apenas sobreviver. O preço do dinheiro é, em última instância, o preço da esperança. E quando o Estado não regula esse preço, ele autoriza a usura como forma de governo.

A recente limitação dos juros do rotativo do cartão de crédito a 100% do valor da dívida original foi um passo simbólico nesse processo. Mais do que reduzir encargos, essa medida afirma que o lucro não pode ser ilimitado e que o crédito precisa respeitar a vida. A mesma lógica sustenta a Lei nº 14.181/2021, a chamada Lei do Superendividamento, que reconhece o direito ao mínimo existencial. Ambas representam tentativas de recuperar o sentido público do crédito: torná-lo instrumento de emancipação e não de aprisionamento. No entanto, políticas como essas só adquirem força quando acompanhadas de mecanismos de transparência e de educação financeira que devolvam ao cidadão a compreensão de seus próprios contratos. Sem compreensão, não há liberdade; sem regulação, não há escolha.

A economia comportamental reforça essa necessidade. Pesquisas de Sendhil Mullainathan e Eldar Shafir (2015) mostram que a escassez — seja de tempo, seja de dinheiro — reduz a capacidade cognitiva e induz decisões de curto prazo. Em contextos de vulnerabilidade, o consumidor tende a priorizar o alívio imediato da ansiedade sobre a reflexão racional. O mercado sabe disso e explora tal condição. Regulamentar o crédito, portanto, é também proteger a mente humana do excesso de estímulo e da manipulação emocional. Exigir que as instituições financeiras apresentem o custo total do crédito em linguagem clara, implementar períodos de reflexão e proibir cláusulas de complexidade intencional são medidas que se inscrevem não no campo da economia, mas no da justiça cognitiva.

Do ponto de vista filosófico, regular os juros é disciplinar o tempo. Hannah Arendt (2007) ensina que a liberdade se realiza quando o ser humano é

capaz de iniciar algo novo — e isso exige um horizonte temporal que não esteja aprisionado pela dívida. O devedor crônico vive no eterno presente da urgência, incapaz de projetar o futuro. O juro abusivo, nesse sentido, é uma forma de expropriação temporal: retira do sujeito o direito de planejar e o reduz à repetição do pagamento. A boa regulação, ao contrário, devolve ao cidadão o poder de ação, permitindo que o desejo se torne projeto e não desespero.

Sociologicamente, a questão da regulação também é questão de poder simbólico. Pierre Bourdieu (2007) demonstrou que o consumo é uma linguagem de distinção social. No Brasil, o crédito popular se transformou em um idioma de pertencimento: ter acesso ao cartão ou ao parcelamento é, muitas vezes, a única forma de sentir-se parte da sociedade. Mas essa inclusão é ilusória, pois cobra com juros o preço da visibilidade. Regular o crédito, nesse contexto, significa regular o sentido da inclusão. O Estado precisa afirmar que o pertencimento não se compra, mas se constrói. A cidadania não pode ser medida pelo limite do cartão, mas pelo alcance dos direitos.

Politicamente, o tema exige uma concepção de Estado que recupere a centralidade da regulação como prática de proteção coletiva. O mercado, movido pela lógica do lucro, não tem compromisso com a coerência entre desejo e capacidade de pagamento. Cabe ao Estado equilibrar essa relação, estabelecendo limites morais à exploração econômica. A regulação do crédito é, nesse sentido, uma forma de política pública de redistribuição simbólica: ela redistribui tempo, segurança e dignidade. Em uma democracia fragilizada pelo endividamento generalizado, garantir crédito responsável é uma forma de preservar a própria possibilidade de liberdade.

Ao mesmo tempo, a regulação deve ser acompanhada por uma política de educação financeira emancipadora. A alfabetização econômica não pode ser reduzida a um manual de orçamento doméstico; deve incluir a compreensão crítica da lógica capitalista que transforma o desejo em mercadoria. Ensinar a ler um contrato é também ensinar a reconhecer os mecanismos de poder que se escondem nas promessas de facilidade. Assim como Paulo Freire defendeu uma pedagogia da libertação pela palavra, é necessário construir uma pedagogia da libertação pelo crédito: educar para que o desejo seja consciente, para que o querer não se confunda com o dever de dever.

Do ponto de vista ético, regular juros é reconhecer que a vida tem prioridade sobre o lucro. A economia não é neutra: ela organiza afetos, expectativas e sofrimentos. Cada ponto percentual de juro é também uma medida de angústia. Um sistema financeiro que lucra com o desespero produz não apenas desigualdade econômica, mas degradação moral. A regulação é, assim, uma forma de restaurar o valor humano no centro da economia. Quando o Estado intervém para proteger o endividado, ele não enfraquece o mercado; ele o humaniza.

Poeticamente, pode-se dizer que regular o crédito é ensinar o desejo a respirar. É permitir que a boca sonhe sem que o bolso se torne prisão. Como lembra Alice Sant’Anna (2013, p. 33), “o que a gente mais precisa é prestar atenção no que nos faz existir”, e a boa regulação é justamente isso: atenção pública à vulnerabilidade privada. Ao limitar o juro, o Estado não limita o sonho; apenas impede que o sonho se transforme em suplício. O desejo é força vital, mas precisa de medida. O crédito, quando justo, amplia a vida; quando abusivo, a consome.

Em última instância, a regulação do crédito e dos juros é um gesto civilizatório. É o momento em que a sociedade decide que o dinheiro deve servir à vida, e não o contrário. É o reconhecimento de que o futuro não pode ser vendido à taxa do desespero. Quando o Estado protege o mínimo existencial, educa para o desejo e disciplina o lucro, devolve à coletividade a capacidade de planejar, sonhar e criar. A coerência entre querer e poder não nasce do bolso cheio, mas do sistema justo. E quando o crédito volta a ser caminho, e não cárcere, o desejo pode finalmente voltar a ser humano.

A DÍVIDA COMO POLÍTICA: O ENDIVIDAMENTO FAMILIAR E A CRISE DA CIDADANIA ECONÔMICA NO BRASIL CONTEMPORÂNEO

O endividamento familiar no Brasil é um fenômeno que transcende o campo das finanças pessoais e se projeta como uma das expressões mais contundentes das contradições de uma sociedade desigual, financeirizada e moralmente disciplinada pelo mercado. A dívida, na sua forma contemporânea, não é apenas um vínculo econômico, mas uma tecnologia de governo. Ela organiza o tempo, regula o comportamento e redefine a subjetividade. O crédito, vendido

como promessa de liberdade, converte-se em uma forma sofisticada de captura da esperança: antecipa o desejo e posterga o pagamento, oferecendo pertencimento em troca de submissão.

Essa lógica não surge do nada. Ela é produto de um Estado que, ao longo das últimas décadas, substituiu a política redistributiva pela expansão do crédito como instrumento de inclusão social. A financeirização da vida cotidiana deslocou a noção de cidadania: onde antes se falava em direitos, hoje se fala em acesso; onde se reivindicava justiça, agora se oferece limite de crédito. O que se apresenta como emancipação é, na verdade, uma nova forma de dependência. O capitalismo neoliberal aprendeu a explorar não apenas o trabalho, mas o próprio desejo, e o endividamento familiar é o terreno em que essa exploração se torna mais íntima, mais cotidiana, mais imperceptível.

Sob o ponto de vista econômico, o endividamento familiar reflete a desigualdade estrutural que atravessa o país. Com salários estagnados e bens de consumo cada vez mais caros, as famílias recorrem ao crédito não como estratégia de investimento, mas como ferramenta de sobrevivência. O cartão de crédito, o consignado e o financiamento parcelado substituem o papel do Estado como provedor do básico. Os dados do Banco Central (2024) revelam que mais de 78 milhões de brasileiros se encontram inadimplentes, e que o comprometimento médio da renda com dívidas ultrapassa 30%. O crédito, que deveria funcionar como lubrificante da economia, tornou-se uma armadilha estrutural. O consumo cresce às custas da precariedade, e o endividamento funciona como motor silencioso de um crescimento que não distribui.

A política econômica que sustenta essa engrenagem é contraditória. Ao mesmo tempo em que o crédito estimula o consumo, o juro elevado e a tributação regressiva corroem a renda das famílias. O Estado, que deveria ser mediador, torna-se cúmplice da desigualdade ao permitir que o sistema financeiro opere sem limites éticos. A cada novo ciclo de expansão de crédito, as famílias se endividam, a inadimplência cresce e o mesmo Estado que as endividou volta a socorrer os bancos. É um circuito de extração permanente: o lucro financeiro depende da fragilidade social. O endividamento familiar, assim, não é um acidente de percurso, mas parte do desenho político que sustenta o capitalismo periférico brasileiro.

Filosoficamente, a dívida toca o núcleo da liberdade humana. Hannah Arendt, ao tratar da ação e da natalidade, lembra que a liberdade consiste em iniciar algo novo, em romper o ciclo da necessidade. O devedor, entretanto, vive na impossibilidade do começo. Seu tempo é colonizado pelo passado, sua vida organizada pela repetição do pagamento. O crédito transforma o futuro em mercadoria, e o juro é o preço da esperança. Quando a política econômica tolera a usura, ela destrói não apenas a capacidade material das famílias, mas o próprio princípio da ação. Regular os juros e proteger o mínimo existencial, portanto, não é paternalismo: é o fundamento da liberdade.

Sociologicamente, o endividamento familiar é um espelho da hierarquia social. Pierre Bourdieu mostrou que o consumo é uma linguagem de distinção, e no Brasil o crédito é a gramática que permite aos mais pobres pronunciar, ainda que por um instante, a palavra “pertencimento”. O parcelamento é o idioma da inclusão simbólica. No entanto, essa inclusão é efêmera: o que começa como acesso termina em cobrança. A sociedade ensina a desejar, mas pune quem deseja sem poder. A dívida, nesse sentido, é uma pedagogia da desigualdade: ensina os limites do sonho e o preço da dignidade.

Politicamente, o endividamento familiar é um sintoma do esvaziamento da democracia. A cidadania econômica está condicionada ao crédito, e a liberdade individual é redefinida pela capacidade de consumo. Uma população endividada é uma população dócil. O medo de perder o pouco que se tem substitui a vontade de reivindicar o que se precisa. O neoliberalismo, ao transformar o crédito em política social, cria uma forma de governo que não precisa da coerção explícita: basta a ameaça do boleto. O endividamento torna-se uma forma de disciplina difusa, que atravessa o cotidiano, o trabalho e a intimidade.

Do ponto de vista das políticas públicas, é urgente romper esse ciclo. É preciso compreender que o combate ao endividamento não se faz apenas pela renegociação de dívidas, mas pela reconstrução das condições materiais de vida. A valorização do salário mínimo, a ampliação do crédito produtivo, a redução dos juros e a oferta de bens públicos de qualidade são medidas que reduzem a dependência do crédito ao consumo. A educação financeira, quando orientada para a crítica e não apenas para a adaptação, é também ferramenta de

libertação. Ensinar a pensar o dinheiro é ensinar a pensar o tempo e o desejo.

A dimensão moral do endividamento também precisa ser enfrentada. A cultura neoliberal transformou o fracasso financeiro em culpa e o devedor em pecador. A sociedade, ao invés de enxergar o endividamento como um fenômeno coletivo, o trata como falha individual. Essa inversão moral serve ao sistema: ela desloca a atenção da estrutura para o sujeito. É preciso devolver ao debate público a compreensão de que dever não é vergonha, mas sintoma de injustiça. A regulação do crédito e o fortalecimento das políticas de proteção ao consumidor são, nesse sentido, formas de reparar essa violência simbólica.

Poeticamente, o endividamento familiar é a metáfora da alma cansada de um país que aprendeu a viver à prestação. A dívida é o fio invisível que liga o sonho à falta. Adélia Prado (1978, p. 54) escreveu que “o que a alma deseja é atenção”, e é precisamente essa atenção que a política econômica se recusa a dar. Enquanto o mercado ensina a sonhar, o Estado deveria aprender a ouvir. A escuta da dívida é também escuta da vida: ela revela as dores de quem carrega no corpo o peso da desigualdade e nas contas o preço da esperança.

Em última instância, o endividamento familiar é um problema de política econômica e social porque revela a falência do pacto entre Estado, mercado e sociedade. Um país em que o crédito substitui a cidadania e o juro corrige a injustiça é um país que perdeu o sentido ético da economia. Combater o endividamento é reconstruir o horizonte do possível. É devolver às famílias o direito ao tempo, à escolha e ao respiro. É compreender que a verdadeira liberdade não é a de consumir, mas a de viver sem dever. Quando o desejo volta a ser potência e não promessa parcelada, o país reencontra sua humanidade perdida.

O GOVERNO DO DESEJO: A RESPONSABILIDADE DO ESTADO NA ERA DO CRÉDITO E DA PERSUASÃO

O papel do Estado na proteção do consumidor diante do marketing e do crédito fácil é, antes de tudo, um dever ético e civilizatório. Em uma sociedade na qual o consumo se tornou a principal linguagem de pertencimento, o mercado exerce poder não apenas econômico, mas simbólico e afetivo. O marketing contemporâneo, apoiado em tecnologias de persuasão sofisticadas e na coleta

massiva de dados, age sobre a subjetividade com precisão quase invisível. O consumidor, antes agente de escolha, converte-se em alvo de um sistema que antecipa suas decisões e modela seus desejos. Nesse contexto, o crédito fácil aparece como uma extensão dessa captura, oferecendo o acesso ilusório a bens e estilos de vida que reforçam a distinção social, mas produzem dependência e endividamento. A intervenção do Estado é, portanto, necessária para reequilibrar uma relação assimétrica, na qual a liberdade de consumir foi confundida com a liberdade de ser.

O neoliberalismo deslocou a função do Estado de protetor para facilitador do mercado. Em nome da eficiência e da concorrência, o poder público passou a abdicar de sua responsabilidade sobre a regulação da publicidade e das práticas de crédito. O resultado é um cidadão exposto à manipulação simbólica, seduzido por uma narrativa de sucesso que associa valor humano ao poder de compra. O mercado não apenas oferece produtos; ele fabrica sentidos e define o que é desejável. Diante disso, o Estado precisa recuperar o papel de mediador entre o desejo e o direito, restabelecendo limites éticos à exploração econômica da vulnerabilidade. Um Estado que se omite nessa tarefa torna-se cúmplice da dominação, permitindo que a esperança seja transformada em contrato e o sonho em dívida.

A regulação do marketing e do crédito fácil deve ser vista como instrumento de justiça cognitiva. A economia comportamental demonstra que o ser humano, diante de estímulos intensos e repetidos, tende a agir de modo impulsivo, orientado pela gratificação imediata. O marketing contemporâneo explora deliberadamente esses vieses psicológicos, oferecendo soluções “instantâneas” e “sem esforço”. O crédito fácil funciona como seu complemento lógico: promete liberdade, mas entrega servidão. Nesse cenário, o papel do Estado é proteger a consciência do cidadão contra o abuso da informação e contra a ilusão de escolha. A legislação brasileira, especialmente o Código de Defesa do Consumidor e a Lei nº 14.181/2021, que trata do superendividamento, representam avanços importantes, mas sua eficácia depende da capacidade de fiscalização e de uma cultura política que compreenda o consumo como campo de direitos, e não de manipulação.

Do ponto de vista filosófico, o Estado precisa reconhecer que a regulação econômica é, também, uma forma de cuidado com a liberdade. Hannah Arendt (2007), ao falar sobre o poder de iniciar algo novo, lembra que a verdadeira liberdade se manifesta quando o indivíduo pode agir sem ser constrangido pela necessidade. O marketing e o crédito fácil, ao colonizarem o desejo, suprimem essa liberdade na raiz, substituindo a ação pela reação. O consumidor acredita escolher, mas é escolhido; acredita sonhar, mas repete. A proteção do consumidor, nesse sentido, é uma defesa da autonomia como experiência espiritual e política: é garantir ao cidadão a possibilidade de desejar com consciência, e não sob coerção simbólica. A intervenção do Estado, portanto, não é paternalista, mas emancipadora, porque resgata a capacidade humana de reflexão diante do apelo incessante do mercado.

Sociologicamente, o crédito e o marketing compõem a nova gramática da desigualdade. Pierre Bourdieu demonstrou que o consumo é um sistema de signos que organiza o pertencimento social. No Brasil, o crédito popular e o consumo parcelado criam a aparência de mobilidade, mas mantêm a estrutura da exclusão. O marketing reforça essa ilusão ao prometer inclusão por meio da compra, e o crédito a materializa. O Estado, ao regular essas práticas, não apenas protege o consumidor individual, mas interfere no ciclo social da distinção. Limitar a publicidade enganosa, proibir práticas predatórias e garantir transparência nas condições de crédito são formas de redistribuir poder simbólico. Em um país marcado pela desigualdade histórica, proteger o consumidor é, ao mesmo tempo, proteger a democracia.

Politicamente, a proteção do consumidor deve ser compreendida como uma extensão da cidadania. O acesso ao consumo não pode ser confundido com o exercício de direitos. Quando a publicidade transforma o desejo em dever e o crédito transforma a necessidade em culpa, o cidadão é reduzido a cliente, e a democracia perde densidade. O Estado precisa reafirmar que a dignidade humana não se mede pela capacidade de endividamento, mas pelo acesso a condições materiais e simbólicas de vida. Isso implica políticas públicas que combinem regulação, educação midiática e ética empresarial. Regular o mercado é garantir que a economia permaneça subordinada ao bem comum, e não o contrário.

A educação financeira, muitas vezes apresentada como solução individual, só cumpre papel emancipador quando articulada a políticas de conscientização crítica. Ensinar a calcular juros é insuficiente; é preciso ensinar a decifrar discursos, reconhecer estratégias de sedução e compreender a estrutura simbólica da publicidade. O Estado, nesse aspecto, deve atuar como educador coletivo, promovendo programas de alfabetização midiática e financeira que permitam ao cidadão resistir ao excesso de estímulos. A regulação deve caminhar lado a lado com a formação da consciência crítica, sob pena de o cidadão continuar livre apenas para consumir a própria servidão.

Filosoficamente, a presença do Estado na economia do desejo é uma forma de devolver ao humano o controle de sua própria narrativa. Regular o crédito e o marketing é também regular o modo como o tempo é vivido, como o futuro é imaginado e como o prazer é distribuído. A economia é, nesse sentido, um campo moral: ela define o que é permitido sonhar. Quando o Estado interviém, ele não restringe a liberdade; ele amplia seu alcance. Limitar a propaganda enganosa ou o crédito abusivo é garantir que a vontade não se confunda com compulsão. É impedir que a economia capture o inconsciente e que o consumo substitua o sentido de vida.

Poeticamente, o marketing e o crédito fácil falam à alma exausta. Eles prometem o atalho, o alívio, o pequeno luxo que mascara o abismo. O papel do Estado é devolver ao desejo o direito ao silêncio, ao intervalo, à pausa. Como escreveu Fabrício Carpinejar (2018, p. 45), “a pressa é o medo disfarçado de eficiência” — e talvez seja essa a mais precisa tradução de nosso tempo: uma economia emocional que transforma a urgência em virtude e o desejo em mercadoria. Nesse sentido, o cuidado estatal deve ser entendido como gesto de desaceleração, como espaço de respiro diante do bombardeio de promessas publicitárias. Proteger o consumidor é, antes de tudo, oferecer atenção e escuta: ouvir o que se cala entre a propaganda e a fatura, entre o sonho e a dívida. É lembrar que a felicidade não pode ser vendida e que o desejo, quando livre, é um ato de criação — não de consumo.

Em última instância, a proteção do consumidor diante do marketing e do crédito fácil é a reafirmação do Estado como guardião do tempo humano. É o

reconhecimento de que a economia deve servir à vida, e não a vida à economia. Regular o mercado é proteger a imaginação coletiva da colonização pela mercadoria. É garantir que o cidadão continue sendo sujeito, e não objeto. A tarefa do Estado, portanto, é reconstruir o pacto ético entre desejo e limite, entre sonho e responsabilidade, entre poder e cuidado. Só assim será possível um país em que o consumo não seja o substituto da liberdade, e em que o direito de desejar não seja confundido com a obrigação de dever.

EDUCAÇÃO FINANCEIRA E A ÉTICA DO DESEJO: CAMINHOS PARA RECONCILIAR LIBERDADE, LIMITE E CONSCIÊNCIA NO CONSUMO CONTEMPORÂNEO

A educação financeira, quando abordada de modo verdadeiramente emancipador, ultrapassa a esfera técnica das finanças pessoais e inscreve-se no campo ético, filosófico e político. Em uma sociedade na qual o consumo se tornou sinônimo de existência e o crédito a principal via de acesso simbólico à cidadania, aprender a lidar com o dinheiro significa muito mais do que organizar o orçamento: é aprender a decifrar o próprio tempo e as forças invisíveis que moldam o desejo. A relação entre “boca e bolso” é, portanto, menos uma questão de cálculo e mais uma questão de consciência — um exercício de autoconhecimento diante de um sistema que confunde liberdade com capacidade de compra. A educação financeira surge, assim, como um gesto de libertação: uma tentativa de reconciliar o desejo com o limite, a necessidade com o sentido, o querer com o poder.

O capitalismo contemporâneo transformou o consumo em linguagem social e o crédito em promessa de pertencimento. O marketing, os algoritmos e a cultura digital exercem um tipo de pedagogia silenciosa, ensinando as pessoas não apenas a consumir, mas a desejar de forma padronizada. Nesse contexto, a educação financeira torna-se uma forma de resistência simbólica. Ela oferece ao sujeito a possibilidade de retomar o controle sobre suas escolhas, rompendo o automatismo da compra e o ciclo da dívida. Segundo o Banco Mundial (2023), países que implementaram programas amplos de alfabetização financeira reduziram significativamente os índices de endividamento familiar e me-

lhoraram indicadores de bem-estar subjetivo. No entanto, esses resultados só se sustentam quando a educação financeira é tratada como política pública crítica e não como ferramenta de moralização econômica.

Quando reduzida à mera técnica de controle de gastos, a educação financeira perde seu caráter emancipador e transforma-se em instrumento de disciplinamento neoliberal. Nessa perspectiva limitada, o problema do endividamento é atribuído ao indivíduo, e não à estrutura que o produz. A culpa substitui a compreensão, e a “responsabilidade financeira” torna-se uma nova forma de vigilância moral. Para que a educação financeira seja autêntica, é necessário que ela vá além da retórica da “autossuficiência” e se constitua como prática de consciência coletiva. Inspirada na pedagogia de Paulo Freire, ela deve reconhecer que o conhecimento é inseparável da crítica social, e que compreender o dinheiro implica compreender o sistema que o distribui e o valor simbólico que ele carrega.

Filosoficamente, a educação financeira é uma arte de pensar o tempo. Hannah Arendt descreve a liberdade como o poder de começar algo novo — uma ação que inaugura sentido. O endividamento crônico destrói essa possibilidade, pois transforma o futuro em obrigação e a esperança em cobrança. A educação financeira, quando bem conduzida, devolve ao sujeito o domínio sobre seu tempo: ensina a planejar, a adiar, a escolher o que realmente importa. É, portanto, um ato de cuidado e de prudência. Em uma era de aceleração e consumo instantâneo, ela reintroduz a virtude do intervalo — o espaço entre o impulso e a ação, onde nasce a reflexão. Nesse sentido, ela não é apenas econômica, mas existencial: convida o indivíduo a recuperar o poder de habitar o presente sem ser escravo do amanhã.

Sociologicamente, a educação financeira é também uma ferramenta de redistribuição simbólica. Pierre Bourdieu demonstrou que o consumo funciona como sistema de distinção e reforço das desigualdades. No Brasil, o crédito fácil é apresentado como promessa de igualdade, mas frequentemente funciona como armadilha, perpetuando o ciclo de exclusão. A educação financeira, ao promover o entendimento dos mecanismos que sustentam o endividamento, tem o potencial de quebrar essa lógica. No entanto, ela só cumpre esse papel

quando articulada a políticas de renda, trabalho e acesso a serviços públicos. Ensinar a economizar sem garantir condições mínimas de existência é um gesto vazio. A verdadeira educação financeira não é aquela que ensina o pobre a gastar menos, mas aquela que questiona por que ele dispõe de tão pouco.

Politicamente, a alfabetização financeira deve ser compreendida como parte do exercício da cidadania. Em uma democracia madura, compreender as estruturas econômicas é compreender também as formas de poder que organizam a vida social. O Estado tem, nesse processo, papel fundamental: não pode delegar à iniciativa privada o ensino da gestão do dinheiro, sob pena de transformar um direito em produto. Programas públicos de educação financeira devem dialogar com as realidades locais, articulando saberes econômicos, sociais e culturais. A Base Nacional Comum Curricular (BNCC), ao incluir a temática de forma transversal, representa um avanço, mas é necessário que essa inserção ganhe profundidade crítica. Educar financeiramente é, sobretudo, educar para a autonomia — e não para a docilidade.

A dimensão ética da educação financeira está em sua capacidade de ensinar o valor do limite em um mundo que glorifica o excesso. Aprender a administrar recursos é, também, aprender a reconhecer o suficiente. É uma pedagogia da medida, em que o equilíbrio substitui a compulsão e o discernimento vence a ostentação. O consumo, quando desmedido, torna-se forma de fuga; a consciência financeira, ao contrário, é um ato de presença. Ela exige silêncio, escuta e discernimento — três virtudes que a economia de mercado tenta silenciar. Nesse ponto, a educação financeira se aproxima de uma prática espiritual: um caminho de retorno ao essencial.

Poeticamente, pode-se dizer que ela ensina o desejo a respirar. Em uma cultura que empurra o indivíduo à pressa e à repetição, aprender a esperar é um ato de resistência. Como escreve Bruna Beber (2013, p. 61), “a gente sobrevive prestando atenção ao que nos faz existir”, e a educação financeira, em sua essência, é exatamente isso — um convite à atenção. Atenção ao impulso de comprar, ao ruído das vitrines, às armadilhas da propaganda. Atenção ao que é necessário, ao que é simbólico, ao que é humano. Ela ensina que o bolso é uma extensão do pensamento e que o modo como se gasta é uma forma de expressar quem se é.

Em última instância, a educação financeira é uma ética do desejo possível. Alterar a relação entre boca e bolso não significa silenciar o querer, mas purificá-lo — torná-lo consciente, responsável e, portanto, livre. Quando o indivíduo compreende que o dinheiro é apenas uma das linguagens da vida e não seu significado, ele reconcilia o cálculo com a poesia. Educar financeiramente é devolver ao ser humano o poder de sonhar com lucidez, de desejar sem se endividar, de consumir sem se perder. É, enfim, transformar o conhecimento econômico em sabedoria existencial e fazer do equilíbrio entre querer e poder um ato de liberdade.

REGULAÇÃO E JUSTIÇA ECONÔMICA: CAMINHOS PARA A REDUÇÃO DAS DESIGUALDADES NO CONSUMO

Reduzir as desigualdades no consumo é tarefa que exige uma ação regulatória que vá além dos instrumentos técnicos de correção econômica e alcance a dimensão simbólica, ética e social da vida contemporânea. Em sociedades marcadas por profundas assimetrias de renda e acesso, como o Brasil, o consumo tornou-se não apenas um ato de satisfação material, mas um gesto de pertencimento e reconhecimento social. A desigualdade, nesse contexto, não se manifesta apenas no poder de compra, mas na própria possibilidade de desejar sem culpa e de sonhar sem dívida. Assim, pensar intervenções regulatórias que possam reduzir tais desigualdades implica repensar o papel do Estado como mediador entre o mercado e a dignidade humana, entre o cálculo e o desejo, entre o preço e o valor.

O primeiro campo dessa reflexão é o tributário. O sistema de impostos sobre o consumo no Brasil sempre funcionou de modo regressivo, fazendo com que os mais pobres, proporcionalmente, paguem mais do que os mais ricos. A recente reforma que institui o IVA dual (CBS e IBS) oferece uma oportunidade histórica de reorientar o sistema para a equidade. A inclusão de mecanismos como o “cashback tributário” — a devolução direta de parte dos impostos às famílias de baixa renda — representa mais do que uma inovação técnica: é um gesto ético de redistribuição simbólica, pois afirma que o Estado reconhece o peso desproporcional que a desigualdade impõe aos que vivem no limite. Essa

medida, aliada à tributação seletiva sobre bens supérfluos e poluentes, cria um equilíbrio entre justiça fiscal e sustentabilidade, transformando a arrecadação em instrumento de cidadania.

No campo financeiro, a regulação do crédito é igualmente essencial para corrigir distorções que ampliam a exclusão. A liberdade de consumir, em um sistema não regulado, converte-se rapidamente em servidão por dívida. A limitação das taxas de juros abusivas, a padronização das informações sobre o custo total do crédito e o fortalecimento de políticas como a Lei do Superendividamento (Lei nº 14.181/2021) são mecanismos que devolvem ao cidadão o controle sobre o próprio tempo econômico. Em termos arendtianos, regulam o preço do futuro, impedindo que o amanhã seja hipotecado pelas urgências do presente. Quando o Estado protege o mínimo existencial e oferece vias transparentes de renegociação de dívidas, ele não interfere na liberdade individual, mas a torna possível.

Contudo, regular o crédito não é apenas limitar o juro: é também disciplinar a imaginação financeira. O marketing bancário e a cultura do crédito fácil constroem uma pedagogia da promessa, na qual o consumo imediato se torna imperativo moral. A regulação responsável deve, portanto, incluir o controle da publicidade de crédito e a exigência de clareza nas comunicações financeiras. Estudos da OECD (2017) mostram que medidas comportamentais simples — como períodos de reflexão antes da assinatura de contratos, avisos explícitos sobre endividamento potencial e comparadores públicos de juros — têm impacto significativo na redução de erros e decisões impulsivas. Proteger o consumidor da manipulação é proteger sua liberdade cognitiva: é impedir que a racionalidade do mercado substitua o pensamento próprio.

Outro eixo regulatório de impacto redistributivo está na governança dos mercados digitais e de consumo. Hoje, grande parte das desigualdades se perpetua nas assimetrias de informação: plataformas financeiras e de varejo concentram dados e decidem preços e ofertas de modo opaco, reforçando exclusões invisíveis. A ampliação do Open Finance e do uso de dados abertos é uma política que, se bem regulada, pode democratizar o acesso à informação e reduzir o custo de oportunidade de quem historicamente paga mais por não

ter como comparar. Ao deslocar o poder informacional das instituições para os indivíduos, o Estado devolve autonomia e mobilidade. A transparência digital é, nesse sentido, uma nova forma de justiça distributiva.

Do ponto de vista macroeconômico, as intervenções tributária, financeira e digital precisam ser compreendidas como partes de um mesmo projeto civilizatório. A desigualdade no consumo é um reflexo da desigualdade de poder: quem dita o preço não é quem compra, mas quem controla os meios de produzir desejo. Regular é, portanto, redistribuir poder. Isso significa, por exemplo, que a política fiscal deve dialogar com a política de crédito e ambas devem reconhecer a centralidade do consumo popular na dinâmica econômica. A devolução de impostos, a limitação dos juros e a transparência de mercado não são medidas isoladas, mas dimensões de um mesmo gesto de justiça: garantir que a satisfação das necessidades humanas não dependa da submissão financeira.

Filosoficamente, a regulação do consumo é um exercício de cuidado com a liberdade. Hannah Arendt lembra que a liberdade só se realiza quando o homem é capaz de iniciar algo novo. A dívida crônica, alimentada por sistemas de crédito predatórios, destrói essa capacidade. O indivíduo endividado é um ser preso à repetição: paga por um passado que já não existe e abdica do futuro que poderia construir. As intervenções regulatórias, ao limitarem os mecanismos de exploração, devolvem ao cidadão o tempo da criação e da ação. Regulação, nesse sentido, é sinônimo de emancipação, pois restabelece o espaço do possível.

Sociologicamente, a desigualdade no consumo é também uma forma de violência simbólica. Como mostra Pierre Bourdieu, o consumo é uma linguagem social: quem consome afirma sua existência, quem não consome é silenciado. As políticas regulatórias que barateiam o acesso a bens essenciais, ampliam o crédito ético e reduzem a regressividade fiscal, portanto, não apenas equilibram planilhas — elas ampliam vozes. Tornar o consumo mais equitativo é democratizar o reconhecimento, é permitir que a dignidade não dependa do cartão. Quando o Estado intervém para corrigir o desequilíbrio estrutural entre quem pode escolher e quem só pode aceitar, ele transforma o mercado em espaço de cidadania.

Do ponto de vista político, as reformas regulatórias que atacam as desigualdades no consumo fortalecem a própria democracia. Em uma sociedade onde o acesso ao consumo básico — alimentação, energia, moradia, cultura — é precário, a liberdade política torna-se abstrata. A cidadania material é o fundamento da cidadania política. Regular, portanto, é proteger a democracia da erosão provocada pela exclusão econômica. Ao devolver o imposto, ao disciplinar o crédito e ao tornar transparente a formação de preços, o Estado não intervém no mercado: ele o humaniza.

Poeticamente, regular o consumo é restituir medida ao desejo. É permitir que a boca volte a falar sem vergonha e o bolso deixe de ser prisão. Como escreveu Bráulio Bessa (2018, p.47), “é preciso plantar semente de amor no chão da alma” — e talvez regular seja isso: cuidar do terreno onde o desejo nasce, para que ele floresça sem ser capturado pela ganância. A boa regulação, nesse sentido, é um gesto de atenção e de afeto político: olha o humano antes de calcular o lucro. Quando o consumo é mediado pela justiça e pela sensibilidade, ele deixa de ser o espelho da desigualdade e se torna o espaço da convivência, onde a economia reencontra a ética e o desejo reencontra a dignidade.

Em última instância, as intervenções regulatórias que reduzem desigualdades no consumo são aquelas que compreendem que a economia é, antes de tudo, uma ética do viver. Ao redistribuir impostos, disciplinar o crédito e democratizar a informação, o Estado não corrige apenas números: ele reconstrói sentidos. Ele afirma que o mercado deve servir à vida, e não o contrário. A justiça econômica, nesse contexto, é também justiça simbólica: é devolver ao desejo humano a dignidade de ser possível. Quando o Estado regula com sabedoria, o consumo deixa de ser prisão e volta a ser expressão — não de distinção, mas de humanidade compartilhada.

CAPÍTULO 6

EIXO 5 – CULTURAL E FILOSÓFICO: CONSUMO, DESEJO E ÉTICA

A BOCA E O BOLSO: DESEJO, CULTURA E ÉTICA NA SOCIEDADE DO CONSUMO

A cultura contemporânea erigiu o desejo como força motriz de sua economia simbólica, ao mesmo tempo em que o transformou em instrumento de controle. A boca — imagem do impulso vital que nomeia, quer e fala — tornou-se, sob a lógica do capitalismo global, um território de captura. Ela não expressa mais apenas a necessidade biológica, mas o desejo produzido, a vontade de visibilidade e de pertencimento que o mercado constantemente alimenta. O capitalismo, longe de reprimir o desejo, aprendeu a administrá-lo: transforma-o em energia produtiva, reorganiza-o em fluxos incessantes e o reconfigura em torno de objetos, marcas e promessas. É por isso que, mesmo quando o bolso não acompanha, a boca continua a desejar; o querer é mantido em ebulição, pois a insatisfação é o motor da reprodução econômica. Como observam Gilles Deleuze e Félix Guattari, o capitalismo não sobrevive a despeito do desejo, mas precisamente porque o deseja — ele o codifica e o põe para trabalhar.

No contexto brasileiro, essa mobilização cultural do desejo assume contornos particularmente complexos. O consumo, nesse cenário, atua como linguagem de reconhecimento e sobrevivência simbólica. O sujeito que não consome é condenado à invisibilidade. As redes sociais, os reality shows e o marketing aspiracional ampliam a pedagogia do desejo, oferecendo à boca imagens de mundos possíveis e promessas de pertencimento. O corpo pobre, o corpo periférico, é convidado a desejar como o corpo rico, a imitar gestos e estilos que ultrapassam seus meios. Esse simulacro de igualdade não dissolve a desigualdade — apenas a estetiza. O bolso esvaziado não impede o desejo; ao contrário, o intensifica, porque desejar é também sonhar, e sonhar é uma forma de existir.

O problema, contudo, é que esse sonho foi privatizado. A publicidade e o crédito transformaram a aspiração em obrigação moral. O indivíduo é responsabilizado por não alcançar aquilo que o próprio sistema lhe nega. Essa inversão é o que Maurizio Lazzarato chama de “governamentalidade da dívida”: um regime em que a promessa de liberdade se converte em instrumento de dominação. A dívida torna-se vínculo existencial; ela estrutura o tempo, o afeto e o valor de si. A boca deseja, o bolso se endivida, e o sujeito acredita estar exercendo sua liberdade. A liberdade, no entanto, foi substituída pela compulsão. Desejar deixou de ser criação para se tornar consumo de signos.

Filosoficamente, o fenômeno revela a dissolução da ética do limite. Nas tradições clássicas, de Aristóteles a Espinosa, o desejo era potência vital que devia ser educada, cultivada e orientada para o bem comum. No capitalismo tardio, o limite é substituído pelo imperativo de expansão. Tudo deve ser possível, e tudo deve ser agora. A boca não fala, grita; o desejo não espera, exige. Hannah Arendt observou que a verdadeira liberdade nasce do poder de começar algo novo — mas em uma cultura em que o novo é imediatamente absorvido pela lógica do mercado, a novidade é apenas repetição acelerada. A ação humana, nesse contexto, perde sua dimensão ética e torna-se mero gesto performático de pertencimento.

Sociologicamente, a mobilização do desejo opera como mecanismo de distinção. Pierre Bourdieu mostrou que o consumo é uma forma de linguagem, um sistema de signos que separa as classes sociais. No Brasil, essa linguagem é atravessada por marcas históricas de desigualdade e exclusão. As classes populares são convocadas a participar do imaginário do consumo, mas apenas como figurantes. O crédito parcelado, o financiamento de longo prazo e o endividamento familiar funcionam como passaportes simbólicos de acesso a um mundo que continua negado. A estética da abundância encobre a economia da carência. O consumo, assim, produz mais do que bens: produz identidades frágeis, sustentadas pelo medo de desaparecer.

O campo político não está imune a essa lógica. O desejo é hoje o principal instrumento de governança das democracias neoliberais. O marketing político e as plataformas digitais operam com as mesmas técnicas de sedução

e segmentação que a publicidade de consumo. O cidadão é tratado como consumidor de narrativas, e a política, convertida em espetáculo, reforça a passividade afetiva. Essa manipulação das emoções coletivas neutraliza o conflito e naturaliza a desigualdade. O poder contemporâneo não se impõe pela repressão, mas pela excitação: governa-se por meio da atenção e da promessa. O bolso pode estar vazio, mas a boca é mantida em movimento — desejando, falando, consumindo signos.

Do ponto de vista ético, o desafio é recuperar o desejo de sua instrumentalização e devolver-lhe seu caráter criador. Espinosa definiu o desejo como essência do ser humano, uma força que o move a perseverar em sua existência. Essa definição, revisitada por Deleuze, nos permite pensar o desejo como potência e não como carência. Desejar é afirmar a vida, não buscar o que falta. O capitalismo inverte essa ordem: transforma a potência em carência e o excesso em dever. Reeducar o desejo é, portanto, uma tarefa filosófica e política — significa restituir-lhe o tempo da escuta, a lentidão da escolha e o sentido da alteridade.

A arte e a poesia têm papel decisivo nessa reconstrução. Elas reabrem espaços de experiência não capturados pela lógica do mercado e permitem ao desejo reencontrar sua dimensão simbólica. O poeta contemporâneo Ricardo Aleixo, por exemplo, em suas experimentações verbo-visuais, propõe uma estética da escuta e da corporeidade, em que o desejo é força de presença e não de consumo. Em poemas como “Antiboi”, Aleixo desmonta a gramática do espetáculo e devolve à palavra sua materialidade ética: o som, o ritmo, o silêncio. Nessa poética, a boca não é apenas órgão da fala ou da fome, mas lugar da criação. A poesia, nesse sentido, é um exercício de desobediência simbólica — uma tentativa de devolver ao desejo sua função originária: fazer sentido, e não mercadoria.

A mobilização cultural do desejo, portanto, revela o paradoxo da modernidade tardia: quanto mais se produz abundância, mais se fabrica escassez. A boca é ensinada a desejar o que não precisa, e o bolso, a pagar o que não pode. Essa dissociação entre querer e poder é o mecanismo mais sofisticado de controle já concebido, pois opera dentro da subjetividade, não fora dela. Romper

com essa lógica requer um novo humanismo econômico, uma ética do suficiente e uma pedagogia da atenção. A cultura precisa reaprender a ouvir o desejo antes de vendê-lo, a reconhecer na boca o espaço da palavra e não apenas da propaganda.

Em última instância, compreender como a boca é mobilizada culturalmente quando o bolso não acompanha é compreender como o desejo foi transformado em infraestrutura da economia e da política. O desafio não é negar o desejo, mas libertá-lo da economia do espetáculo. Quando o desejo volta a ser linguagem de encontro e não de consumo, ele devolve à vida seu caráter criador. A boca, então, pode finalmente falar em seu próprio nome, e o bolso, em vez de ser medida de valor, torna-se metáfora do cuidado. O mundo que nascer daí não será o da abundância de coisas, mas o da abundância de sentido — onde o desejo, enfim, volta a ser liberdade.

O CONSUMO COMO LINGUAGEM: EXPRESSÃO, IDENTIDADE E DESEJO NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

O consumo, no mundo contemporâneo, ultrapassou o estatuto de prática econômica para tornar-se uma forma complexa de expressão social e simbólica. Ele não é apenas um meio de aquisição de bens, mas um modo de comunicação — um sistema de signos através do qual os sujeitos enunciam quem são, a que pertencem e o que desejam ser. Desde a emergência da modernidade, a relação entre consumo e identidade tornou-se um dos pilares da vida social. Jean Baudrillard já advertia que, nas sociedades pós-industriais, o que se consome não é o objeto em si, mas o valor simbólico que o envolve. Cada compra é um ato de linguagem, uma inscrição no discurso coletivo de pertencimento. Assim, o consumo traduz a necessidade de reconhecimento em um mundo em que o ser é medido pelo ter e o silêncio social é o preço da exclusão.

No contexto brasileiro, o consumo assume um papel ainda mais dramático, pois reflete e, ao mesmo tempo, encobre as desigualdades estruturais. O crédito fácil, o parcelamento e o endividamento tornaram-se instrumentos de inclusão simbólica em uma economia que continua excludente na prática. As vitrines e as telas prometem acesso universal, mas entregam distinção. Pierre

Bourdieu, ao discutir o gosto como linguagem de classe, mostrou que cada escolha estética é, na verdade, um ato de distinção social. As preferências de consumo, longe de serem espontâneas, derivam das condições materiais e culturais de cada grupo. No Brasil, essa lógica é amplificada: o consumo serve tanto para demarcar fronteiras de classe quanto para borrá-las momentaneamente, produzindo uma sensação ilusória de pertencimento. A boca se alimenta do desejo de visibilidade, mesmo quando o bolso se esvazia.

O capitalismo contemporâneo compreendeu que o desejo é o mais rentável dos recursos. Gilles Deleuze e Félix Guattari já haviam apontado que o capitalismo não reprime o desejo; ele o administra, o estimula, o organiza para transformá-lo em força produtiva. O consumo opera como uma pedagogia afetiva: ensina a desejar, modela as expectativas e traduz o querer em mercadoria. O desejo humano, que Espinosa concebia como potência de vida, é convertido em carência, em falta que precisa ser continuamente preenchida. Esse ciclo infinito de satisfação e vazio cria um sujeito que fala por meio dos objetos, mas raramente se escuta. A cultura do consumo transforma a expressão em performance e a liberdade em compulsão.

Sob a ótica filosófica, esse processo traduz o enfraquecimento da ética do limite e o triunfo da moral da abundância. Hannah Arendt, ao refletir sobre a “sociedade de trabalhadores”, já advertia que o homem moderno substituiu a ação — expressão da liberdade — pela repetição da necessidade. O consumo, nesse sentido, é a manifestação mais visível dessa substituição: ele ocupa o lugar da criação, mas não produz o novo; apenas reproduz o ciclo do desejo. O homem consumidor vive entre o impulso e o descarte, entre o fascínio e a obsolescência. A aceleração do tempo e a estética da novidade constante impedem o amadurecimento do olhar. O consumo fala muito, mas diz pouco — e, nesse ruído, a experiência humana se empobrece.

A dimensão política do consumo revela outro paradoxo: ele é, simultaneamente, instrumento de liberdade e de controle. As democracias de mercado transformaram o ato de comprar em expressão de cidadania. “Escolher” tornou-se verbo político, e o mercado passou a funcionar como arena de participação. Contudo, como observa Sarah Banet-Weiser, o consumo também foi

capturado pelas lógicas da mercantilização das identidades. As causas sociais, transformadas em estratégias de marketing, reforçam a sedução do consumo como prática de empoderamento simbólico. Marcas se declaram feministas, ecológicas, antirracistas — e o gesto de comprar substitui o de agir. O consumo, nesse plano, é uma linguagem paradoxal: dá voz, mas domestica; representa, mas neutraliza.

Do ponto de vista sociocultural, o consumo brasileiro também é espaço de invenção e resistência. Michel de Certeau compreendia o consumo como uma “arte do fazer”, uma prática criativa por meio da qual o sujeito reaproveita, transforma e ressignifica o que lhe é imposto. Nas periferias urbanas, o luxo é reinventado, o descarte é estetizado, e o precário se torna símbolo de estilo. Esse gesto subverte a lógica da exclusão, transformando o consumo em campo de criação. Há, nesses atos cotidianos, uma inteligência estética que revela a vitalidade da cultura popular. O consumo deixa, então, de ser apenas reflexo de desigualdade para tornar-se linguagem de resistência simbólica, uma forma de afirmar a existência diante da invisibilidade social.

O campo ético do consumo se expressa na capacidade de discernir entre o desejo autêntico e o desejo fabricado. Amartya Sen propõe que a liberdade deve ser entendida como capacidade de escolher com consciência, e não apenas como multiplicação de opções. No consumo, isso significa reconhecer quando o ato de comprar é exercício de autonomia e quando é sintoma de alienação. A ética do consumo passa por devolver ao sujeito a capacidade de se ouvir antes de desejar. Essa escuta é, ao mesmo tempo, filosófica e política, pois reintroduz o limite em uma cultura que o aboliu. O limite não é privação; é condição de sentido. Desejar tudo é não desejar nada com profundidade.

Nesse ponto, a arte e a poesia tornam-se lugares privilegiados de resistência à lógica do consumo. Elas reeducam o olhar, devolvem espessura ao tempo e restauram o vínculo entre ser e expressão. O poeta Manoel de Barros (2013), ao afirmar que “as coisas não querem ser vistas por pessoas razoáveis”, desestabiliza a gramática do valor. Sua poesia reencanta o banal e desacelera o olhar, oferecendo uma ética da atenção como contraponto à pressa consumista. Na poética de Manoel de Barros, a palavra é desmercantilizada: não serve, mas

significa; não vale, mas vive. A arte, assim, recupera o que o consumo perdeu — a capacidade de contemplar.

O consumo, portanto, é expressão social e simbólica porque fala de um desejo mais profundo: o desejo de existir no olhar do outro, de pertencer a um sentido coletivo. Ele é linguagem porque traduz afetos e conflitos, mas é também campo de disputa, pois revela as formas de poder que organizam o querer. Pensar o consumo é pensar a condição humana em seu estágio mais paradoxal: aquele em que a abundância de coisas convive com a escassez de sentidos. O desafio ético do nosso tempo é reconduzir o consumo ao domínio do significado, transformando o gesto de comprar em gesto de consciência. Quando o consumo deixa de ser compulsão e se converte em diálogo — entre o desejo e a medida, entre o eu e o mundo —, ele recupera sua dimensão humana. Nesse instante, o ato de consumir pode voltar a ser o que sempre deveria ter sido: uma linguagem de criação e não de servidão, uma forma de estar no mundo sem ser possuído por ele.

CONSUMO, DESEJO E RESPONSABILIDADE: FUNDAMENTOS ÉTICOS, POLÍTICOS E POÉTICOS DA ECONOMIA CONTEMPORÂNEA

A relação entre o desejo de consumir e a responsabilidade econômica individual constitui um dos dilemas éticos mais complexos das sociedades contemporâneas. Viver em uma economia de mercado, guiada pela promessa de satisfação imediata e pela lógica da abundância, implica enfrentar uma tensão permanente entre o querer e o dever. O consumo é, em grande medida, uma linguagem simbólica: compramos não apenas objetos, mas pertencimento, reconhecimento, segurança e identidade. Contudo, quando o desejo se converte em compulsão e a liberdade se confunde com a possibilidade de adquirir sem limites, emerge a necessidade de refletir sobre as implicações morais e sociais de cada escolha econômica.

Do ponto de vista filosófico, a ética do consumo pode ser compreendida à luz da virtude aristotélica da temperança, que busca a justa medida entre carência e excesso. Para Aristóteles, o agir virtuoso é aquele que equilibra prazer e razão, e essa noção aplica-se diretamente ao consumo contemporâneo.

Consumir é legítimo enquanto resposta a necessidades reais e à busca por bem-estar, mas torna-se eticamente problemático quando se transforma em fuga, em narcisismo econômico ou em alienação. Kant, por sua vez, oferece outro horizonte: o imperativo categórico. Em termos econômicos, a máxima kantiana sugere que devemos agir de modo que as regras do nosso consumo possam valer universalmente sem conduzir à destruição da coletividade ou do planeta. Isso significa repensar hábitos e privilégios a partir de uma ética da responsabilidade, em que a autonomia se sustenta sobre a consciência das consequências coletivas.

A teoria das “capacidades” de Amartya Sen amplia essa discussão ao deslocar o foco do consumo em si para as condições que ele cria para uma vida digna. A liberdade, nesse sentido, não é a de consumir o máximo possível, mas a de realizar as potencialidades humanas — educar-se, cuidar-se, conviver, participar. Assim, a responsabilidade econômica individual se expressa na decisão de consumir de forma que preserve a própria autonomia e, simultaneamente, não reduza as liberdades alheias. A ética deixa de ser mera norma moral e se torna prática concreta de convivência justa.

No campo sociológico, Pierre Bourdieu já havia mostrado que o consumo é um instrumento de distinção social: ao comprar, o indivíduo comunica sua posição simbólica no espaço social. Na modernidade tardia, marcada pela hiperconectividade e pela cultura da visibilidade, o consumo ganha contornos performáticos. As redes sociais transformam o desejo em espetáculo, criando novos mecanismos de comparação e status. Esse cenário alimenta o ciclo da insatisfação permanente, no qual a identidade se torna mercadoria. A lógica da distinção cede lugar à lógica da exibição, e o consumo, antes meio de integração, converte-se em marcador de desigualdade. O resultado é uma sociedade em que o “ter” substitui o “ser” e em que a dívida torna-se a nova forma de submissão.

Pesquisas recentes confirmam as consequências desse paradigma. Estudos em psicologia econômica demonstram que a orientação materialista está associada a menores índices de bem-estar subjetivo. Em meta-análises, constatou-se que a valorização excessiva de bens e dinheiro correlaciona-se com

ansiedade, insatisfação e isolamento social. No mesmo sentido, pesquisas sobre endividamento indicam que o peso psicológico das dívidas prolongadas impacta diretamente a saúde mental, produzindo quadros de estresse e depressão. Esses dados não apenas reforçam o argumento ético, mas mostram que a irresponsabilidade econômica não é um problema moral abstrato, e sim um fenômeno que deteriora a qualidade de vida e a saúde pública.

Por outro lado, o consumo é também um ato político e ecológico. Relatórios científicos recentes, como os publicados pela Nature Climate Change, indicam que cerca de dois terços do aquecimento global desde 1990 são atribuídos ao consumo dos 10% mais ricos da população mundial. Essa assimetria demonstra que as escolhas de consumo não são neutras: cada decisão individual participa de um sistema global de produção e descarte que redistribui impactos ambientais de modo desigual. Diante disso, a ética da responsabilidade econômica requer considerar não apenas o preço monetário dos bens, mas seus custos ocultos — carbono, trabalho precarizado, poluição, exaustão de recursos. A responsabilidade individual, nesse contexto, é inseparável da responsabilidade planetária.

Contudo, o peso da responsabilidade não pode recair apenas sobre o indivíduo. É dever do Estado e das instituições regular o mercado e criar condições para que a escolha ética seja possível. Políticas de educação financeira, de transparência fiscal, de crédito responsável e de incentivo ao consumo sustentável são dimensões indispensáveis da ética pública. A liberdade de consumir só é plenamente livre quando o sujeito dispõe de informação, condições materiais e estrutura social que lhe permitam deliberar. Nesse ponto, ética e política se entrelaçam: a primeira orienta o dever, a segunda viabiliza o dever possível.

Há também uma dimensão poética e existencial nesse debate. O poeta Manuel Bandeira lembrava que “a vida é breve, e o desejo é vasto”, e talvez seja esse o grande desafio humano: viver com intensidade, mas sem devorar o mundo. A economia simbólica do consumo precisa ceder espaço a uma estética da simplicidade e do suficiente. A verdadeira liberdade econômica talvez não resida em poder comprar tudo, mas em poder não precisar de tudo. Reaprender o valor do tempo, das relações e do silêncio é também um ato de resistência contra a lógica do excesso.

Em síntese, a relação ética entre o desejo de consumir e a responsabilidade econômica individual não se resolve por negação do desejo, mas por sua transformação consciente. O ato de consumir pode ser expressão de liberdade, desde que guiado por prudência e solidariedade. O indivíduo ético é aquele que reconhece o poder de suas escolhas e compreende que cada ato econômico é também um ato político e moral. Em uma sociedade marcada pela desigualdade e pela crise ecológica, consumir com consciência torna-se uma forma de justiça, e escolher com responsabilidade, uma forma de amor.

A MEDIDA DO QUERER: LIBERDADE, CONSUMO E RESPONSABILIDADE NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

A expressão “entre a boca e o bolso” transcende o provérbio popular para converter-se em uma imagem filosófica e social do nosso tempo. Ela nomeia a tensão entre o desejo e a limitação, entre o impulso vital que impele à satisfação e a materialidade concreta que impõe fronteiras. Nesse embate, revela-se o paradoxo central das sociedades contemporâneas: a promessa de liberdade ilimitada convive com um cotidiano marcado por estrangimentos econômicos, desigualdades estruturais e esgotamento de recursos. O querer humano, força originária da cultura, é capturado por uma racionalidade econômica que o transforma em mecanismo de produção e controle. A liberdade de desejar, portanto, é também o campo onde se manifesta a mais sofisticada forma de dependência.

Na filosofia clássica, o problema do desejo sempre foi mediado pela ideia de medida. Aristóteles, ao definir a virtude da temperança, compreendia a liberdade como capacidade de dominar os impulsos e orientar o prazer pela razão prática (*phronesis*). O agir ético, nessa perspectiva, é aquele que busca o equilíbrio entre o excesso e a falta, evitando que a necessidade se converta em desmesura. Essa noção de justa medida, entretanto, perde sentido quando o sistema social se organiza em torno da expansão infinita do consumo. No capitalismo tardio, como apontam teóricos críticos, o desejo não é mais expressão de uma individualidade criativa, mas resultado de estratégias de mercado que fabricam necessidades. O sujeito contemporâneo, convencido de que escolhe livremente, é guiado por um aparato simbólico que direciona seus afetos e escolhas.

Immanuel Kant redefine o horizonte da liberdade ao associá-la à autonomia moral. Ser livre, para Kant, é obedecer à lei que a própria razão estabelece — é agir segundo princípios que possam valer universalmente. Se transpusermos essa concepção para o campo econômico, ser livre para consumir implica também considerar as consequências de cada ato de consumo. A liberdade de satisfazer a “boca” deve reconhecer os limites do “bolso” coletivo, entendido aqui como a soma dos recursos finitos do planeta e das condições sociais que tornam possível a vida em comum. Agir sem considerar essas dimensões é transformar a liberdade em privilégio e o desejo em instrumento de destruição.

A sociologia do consumo contribui para compreender essa dinâmica de forma mais concreta. Pierre Bourdieu demonstrou que o consumo é uma forma de distinção social, um modo de comunicar pertencimento e status. Não se trata apenas de adquirir bens, mas de produzir signos de posição social. Na contemporaneidade, essa lógica se intensifica com a midiatisação das relações. Como observa Zygmunt Bauman, vivemos em uma “modernidade líquida” em que as identidades se constroem e se desfazem na velocidade das mercadorias. O valor do indivíduo passa a depender da capacidade de atualizar sua imagem conforme as tendências. A “boca” deseja incessantemente, e o “bolso” se torna extensão do espetáculo: gasta-se não apenas para viver, mas para parecer viver de modo desejável.

O problema é que a promessa de pertencimento oferecida pelo consumo é sempre incompleta. Estudos em psicologia econômica, como os de Dittmar et al. (2014), mostram que a orientação materialista está associada à redução do bem-estar subjetivo, ao aumento da ansiedade e à percepção constante de insuficiência. O ciclo da satisfação e da frustração se retroalimenta, pois cada conquista é rapidamente substituída por nova falta. A boca, portanto, nunca se sacia; e o bolso, cada vez mais endividado, torna-se símbolo de um mal-estar civilizatório. O consumo deixa de ser expressão de liberdade para se tornar sintoma de exaustão.

Byung-Chul Han interpreta esse fenômeno como expressão de uma “sociedade do cansaço”, na qual o sujeito acredita exercer autonomia enquanto reproduz, por dentro, os comandos do sistema. Diferentemente das sociedades

disciplinares descritas por Foucault, onde o poder impunha obediência externa, a contemporaneidade cria indivíduos que se exploram voluntariamente, movidos pelo ideal de desempenho e sucesso. A “boca” quer mais não por necessidade, mas por imposição interna: o desejo é colonizado pela lógica produtiva. A liberdade, nesse cenário, se converte em autocoerção. Trabalha-se mais para consumir mais, e consome-se mais para sustentar o trabalho incessante.

A economia política aprofunda essa leitura ao evidenciar que a tensão entre boca e bolso é sustentada por estruturas de desigualdade. Thomas Piketty (2020) demonstra que o acúmulo de capital cresce mais rapidamente do que a renda do trabalho, ampliando as distâncias entre os que podem consumir sem restrições e os que sobrevivem no limite. A liberdade de escolha, exaltada pelos discursos neoliberais, é, de fato, privilégio de poucos. Enquanto uma minoria desfruta de um poder aquisitivo que se traduz em controle simbólico e material, a maioria é induzida a participar de um sistema de consumo financiado pelo crédito. O bolso, nesse caso, é mantido artificialmente cheio por dívidas, enquanto a boca continua sendo alimentada pela promessa de ascensão que raramente se cumpre.

A pesquisa de Turunen e Hiilamo (2014) reforça as implicações subjetivas desse processo, ao mostrar que o endividamento está fortemente associado a quadros de depressão, ansiedade e sentimento de impotência. O sujeito endividado perde o controle sobre seu próprio tempo, pois trabalha não mais para viver, mas para pagar. A liberdade que o mercado oferece é, portanto, uma armadilha: a autonomia do consumidor se converte na heteronomia do devedor. Entre o querer e o poder, instala-se o sofrimento.

Além das dimensões psíquica e social, há uma dimensão ecológica que torna a tensão entre boca e bolso uma questão de sobrevivência planetária. Estudos recentes da Nature Climate Change (SCHÖNGART et al., 2025) indicam que os 10% mais ricos do mundo são responsáveis por dois terços das emissões de gases de efeito estufa desde 1990. A liberdade de consumir sem restrições tem, portanto, um custo que se traduz em limitação real para a coletividade. A ética da responsabilidade, formulada por Hans Jonas (2006), oferece aqui um contraponto decisivo: o ser humano deve agir de modo que os efeitos de sua

ação sejam compatíveis com a permanência da vida futura. A boca que ignora o bolso planetário compromete a própria continuidade da espécie.

A literatura e a poesia, por sua vez, permitem recuperar o sentido originário do desejo para além da lógica do consumo. Carlos Drummond de Andrade, em sua poética da vida cotidiana, lembrava que “há pedras no caminho” — metáfora do obstáculo que impede a fluidez do desejo e obriga à reflexão. Adélia Prado, ao afirmar que “o que a memória ama fica eterno”, desloca o valor das coisas do campo da posse para o da significação. A boca, antes instrumento de apetite, torna-se órgão da palavra, e o bolso, metáfora da contenção, converte-se em espaço de cuidado. A poesia ensina que o limite não é ausência, mas condição de profundidade.

Em última análise, a tensão entre boca e bolso pode ser compreendida como expressão de uma crise ética própria da modernidade tardia, marcada pela associação entre liberdade e expansão, progresso e acumulação. Nesse contexto, o valor moral e político do limite tende a ser obscurecido, ainda que sua reconsideração pareça essencial para repensar as formas de convivência e de consumo. A liberdade, nesse sentido, poderia ser entendida não como ausência de restrições, mas como a possibilidade de escolha consciente dentro de determinadas condições. A reconciliação entre desejo e medida, prazer e responsabilidade, talvez indique um caminho de equilíbrio simbólico mais do que um ideal a ser alcançado. Tal perspectiva abre espaço para pensar o humano não como aquele que consome o mundo, mas como aquele que busca habitá-lo de modo mais reflexivo e discernido.

O ESPELHO DO MERCADO: CONSUMO, ALIENAÇÃO E A CAPTURA DO DESEJO NO CAPITALISMO BRASILEIRO

O consumo, na sociedade contemporânea, transcende o domínio da economia para se converter em um dos principais mecanismos de construção de subjetividade e controle social. No Brasil, onde as desigualdades históricas moldaram a experiência da modernidade de forma ambígua e contraditória, o ato de consumir tornou-se sinônimo de existir socialmente. Essa centralidade do consumo, contudo, não traduz liberdade autêntica, mas antes um tipo de

aprisionamento simbólico que captura o desejo humano e o converte em força produtiva. Consumir é, nesse contexto, um gesto que parece afirmar o sujeito, mas que frequentemente o despoja de consciência crítica, reduzindo sua identidade àquilo que pode adquirir.

A alienação, conceito central do pensamento de Karl Marx, oferece uma lente fecunda para compreender essa dinâmica. Para Marx, o trabalhador aliena-se quando o fruto de seu trabalho se torna algo estranho, independente e hostil, e quando ele próprio passa a ser tratado como mercadoria. No capitalismo contemporâneo, a alienação deslocou-se do campo da produção para o do consumo. O indivíduo não se reconhece mais no trabalho que realiza, tampouco nas coisas que adquire, pois tanto seu labor quanto seu desejo são orientados por forças externas que o atravessam e o governam. No caso brasileiro, esse processo ganha contornos particulares, pois a lógica do consumo foi apresentada como instrumento de inclusão social. O crédito e a expansão do mercado interno, ao mesmo tempo em que promoveram o acesso a bens antes restritos às elites, consolidaram um novo tipo de dependência: a dependência do endividamento.

O consumidor brasileiro é convidado a viver a liberdade pelo consumo, mas essa liberdade é ilusória. Ao financiar bens, assume uma dívida que o prende às engrenagens do sistema financeiro, enquanto a publicidade o convence de que sua identidade está atrelada ao ato de comprar. Essa forma de alienação é sutil, porque se reveste de prazer e promessa. A mercadoria, que em Marx era o resultado do trabalho alienado, torna-se aqui o espelho da subjetividade: o indivíduo acredita encontrar nela sua imagem, mas vê apenas um reflexo distorcido de si mesmo.

Jean Baudrillard analisa essa transformação com precisão ao afirmar que o consumo moderno é regido pelo valor de signo, e não pelo valor de uso. As pessoas não compram apenas objetos, mas significados sociais: status, distinção, pertencimento. No Brasil, essa lógica opera sobre feridas coloniais ainda abertas — a desigualdade, o racismo, a exclusão — oferecendo a ilusão de superação através da posse. A publicidade reforça o imaginário da ascensão e da modernidade, mas o que ela realmente oferece é a continuidade da subordi-

nação. O pobre é seduzido a consumir para parecer incluído, e o consumo, em vez de emancipar, confirma a estrutura hierárquica que o mantém na periferia.

Zygmunt Bauman, ao caracterizar a “modernidade líquida”, observa que o consumo deixou de ser meio para tornar-se fim em si mesmo. Na ausência de projetos duradouros, o consumo oferece a sensação de movimento, ainda que vazio. A alienação se manifesta, então, como ansiedade: o sujeito nunca se satisfaz, pois o sistema precisa de sua insatisfação para continuar girando. A obsolescência planejada, tanto das mercadorias quanto dos desejos, sustenta o ciclo incessante de necessidade e frustração. No Brasil, essa dinâmica assume a forma de uma desigualdade performática: consome-se para parecer igual, ainda que à custa da precarização da vida.

As estatísticas econômicas confirmam essa lógica. De acordo com o IBGE (2023), mais de 77% das famílias brasileiras estão endividadas, sendo o cartão de crédito o principal instrumento de endividamento. O Banco Mundial (2024) aponta que a desigualdade de renda no país permanece entre as maiores do mundo, mesmo com políticas de ampliação do consumo. Essa contradição revela o caráter alienante do processo: o mesmo sistema que estimula o consumo como forma de inclusão mantém a exclusão pela precariedade. O consumo torna-se, assim, um ritual de pertença simbólica que mascara a vulnerabilidade material.

A filosofia contemporânea tem aprofundado a análise dessa alienação. Byung-Chul Han, ao discutir a psicopolítica neoliberal, mostra que o poder atual não atua por repressão, mas por indução. As pessoas acreditam ser autônomas quando, na verdade, reproduzem voluntariamente os comandos do sistema. A ideologia do “empreendedor de si” e o culto à performance penetram no imaginário social, fazendo com que a exploração seja internalizada. O consumidor acredita ser livre porque escolhe, mas suas escolhas são estruturadas pela indústria do desejo. No capitalismo brasileiro, essa captura do desejo assume a forma do sonho de ascensão individual — a crença de que o mérito pessoal é suficiente para superar desigualdades estruturais.

Thomas Piketty (2020) demonstra que as sociedades desiguais, como a brasileira, são incapazes de garantir mobilidade real, pois o acúmulo de capi-

tal é sistematicamente concentrado nas camadas mais ricas. Nesse cenário, o consumo cumpre uma função política essencial: ele apazigua as tensões sociais, transformando o descontentamento em conformismo. A alienação não é mais a do trabalhador oprimido que desconhece sua exploração, mas a do consumidor satisfeito que confunde prazer com emancipação. O mercado, ao vender o sonho da liberdade, oferece uma experiência de escravidão disfarçada de autonomia.

Há, contudo, dimensões éticas e poéticas que resistem a essa lógica. Hans Jonas, ao formular o princípio da responsabilidade, defende que a ética contemporânea deve se orientar pela preservação da vida futura. Esse princípio, aplicado ao consumo, exige uma consciência que ultrapasse o imediatismo e reconheça a interdependência entre as ações individuais e o destino coletivo. No Brasil, essa reflexão é urgente, pois o modelo de consumo vigente também implica degradação ambiental, exaustão de recursos e ampliação de desigualdades ecológicas. A alienação, nesse sentido, é também uma alienação da natureza — a perda da relação simbiótica com o mundo que habitamos.

A literatura brasileira oferece uma via de resistência a essa alienação. Carlos Drummond de Andrade, em *A rosa do povo*, reintroduz a experiência da falta como condição de humanidade: “As coisas findas, muito mais que lindas, essas ficarão.” Ao celebrar o que permanece em meio ao efêmero, a poesia de Drummond resgata o valor do ser sobre o ter. A palavra poética é uma forma de desalienação porque devolve ao homem o poder de nomear o mundo sem mediá-lo pela mercadoria. Ela propõe outra economia — a do sentido, da memória e do tempo —, capaz de subverter a lógica da velocidade e do consumo.

O consumo, quando alienante, esvazia o sentido da liberdade e converte o desejo em engrenagem de reprodução social. No capitalismo brasileiro, essa alienação é particularmente cruel porque se apresenta como inclusão: promete emancipação enquanto reforça a dependência. A emancipação possível exige repensar o consumo não como direito individual, mas como responsabilidade coletiva. É necessário restaurar a consciência do limite e ressignificar o desejo como potência criadora, não como resposta automática à sedução do mercado.

A superação da alienação passa, portanto, pela reconstrução ética do cotidiano. Consumir de modo crítico é um ato político e cultural que implica romper com a lógica da passividade e da aparência. Trata-se de reverter a inversão fundamental que define o capitalismo contemporâneo: a de transformar o ter em sinônimo de ser. A verdadeira liberdade não reside na acumulação, mas na capacidade de escolher com consciência, partilhar com solidariedade e desejar com lucidez. Quando o consumo deixar de ser espelho e voltar a ser expressão, o sujeito poderá reencontrar-se consigo mesmo — e o Brasil, talvez, reencontrar o sentido de sua própria modernidade.

DESEJO EM MEDIDA JUSTA: É POSSÍVEL ALINHAR CONSUMO CONSCIENTE, LIBERDADE E RECURSOS?

A discussão sobre o consumo consciente, em tempos de crise climática, desigualdade estrutural e desorientação ética, exige uma abordagem que ultrapasse a lógica do simples controle de gastos ou da substituição de produtos. Falar em coerência entre desejo e recursos é pensar a possibilidade de uma ética que reconcilie liberdade e limite, prazer e responsabilidade, indivíduo e coletividade. O consumo é hoje uma das formas mais visíveis de expressão humana, mas também uma das mais sutis de alienação. Nele, o desejo encontra sua tradução econômica e simbólica, tornando-se campo de disputa entre o que somos e o que o sistema nos ensina a querer.

No contexto brasileiro, essa reflexão ganha urgência. Em uma sociedade marcada pela desigualdade e pela histórica negação de direitos, o consumo muitas vezes representa o único espaço possível de reconhecimento social. O acesso a bens e serviços passa a funcionar como instrumento de inclusão simbólica e, ao mesmo tempo, como reforço das hierarquias que deseja superar. O desafio está em encontrar formas de consumo que não repitam a lógica da ostentação e do endividamento, mas que restituam ao ato de consumir um sentido ético e consciente, capaz de unir o desejo legítimo de bem-estar ao reconhecimento dos limites reais de recursos individuais e coletivos.

Do ponto de vista filosófico, essa tarefa remete à tradição da virtude e à reflexão sobre a justa medida. Aristóteles já afirmava que a liberdade humana

não se realiza na ausência de restrições, mas na capacidade de discernir e escolher com prudência — a *phronesis*, a sabedoria prática que equilibra prazer e razão. Em termos contemporâneos, essa ideia aproxima-se do conceito de temperança, entendido não como renúncia, mas como forma madura de desejar. Ser consciente, no consumo, não é negar o prazer de ter, mas submeter esse prazer à pergunta: “o que este ato constrói ou destrói no mundo que habito?”. É, em outras palavras, deslocar o foco do desejo imediato para a permanência do sentido.

Hans Jonas, ao formular o Princípio Responsabilidade, amplia essa ética da medida para a dimensão temporal. O agir humano, dizia ele, deve ser orientado por uma responsabilidade que inclua as condições de existência das gerações futuras. Essa perspectiva ecoa fortemente nas discussões sobre consumo sustentável, pois evidencia que a coerência entre desejo e recursos não é apenas uma questão financeira, mas civilizatória. Os relatórios do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC) e estudos recentes — como o publicado na *Nature Climate Change* em 2025, que atribui dois terços do aquecimento global aos 10% mais ricos da população mundial — demonstram que o padrão de consumo atual é insustentável, tanto ambiental quanto eticamente. A coerência, portanto, torna-se uma exigência moral diante do esgotamento dos limites planetários.

A sociologia contemporânea ajuda a compreender o outro lado dessa tensão. Pierre Bourdieu mostrou que o consumo é uma linguagem de distinção: ele comunica posições sociais e produz identidades. Zygmunt Bauman, em sua análise da “modernidade líquida”, afirma que o consumo tornou-se substituto da cidadania: o sujeito moderno existe porque consome. Em um país como o Brasil, onde o valor de cada pessoa ainda é amplamente medido por sua capacidade de comprar, o consumo consciente precisa enfrentar não apenas o problema ecológico, mas também o problema simbólico — o de uma cultura que confunde reconhecimento com posse. A educação do desejo, nesse sentido, é um processo de descolonização: libertar-se do imperativo de parecer para poder ser.

A psicologia econômica e as ciências do comportamento oferecem evidências concretas sobre as possibilidades e os obstáculos dessa transformação.

Estudos sobre nudging e arquitetura de escolhas sustentáveis demonstram que pequenas mudanças no ambiente — como informações claras sobre impacto ambiental, feedback sobre consumo de energia ou facilitação de opções mais éticas — podem induzir comportamentos de consumo mais coerentes com valores de sustentabilidade. Revisões recentes publicadas em 2024 apontam que estratégias simples, como reposicionar alimentos mais saudáveis e sustentáveis em cardápios, reduziram significativamente a pegada de carbono de refeições em instituições públicas. Essas descobertas mostram que é possível alinhar desejo e consciência sem eliminar o prazer: a coerência não é abstinência, mas redesenho de contextos que favoreçam o querer bem.

Entretanto, o consumo consciente só se torna possível quando acompanhado por justiça social. Não se pode exigir coerência de quem vive sob coerção. Para milhões de brasileiros, o consumo continua sendo questão de sobrevivência — o preço dos alimentos, o custo da energia, o transporte diário. O dado do IBGE de 2023, que aponta 77% das famílias com algum nível de endividamento, revela a armadilha moral de um sistema que transforma o crédito em promessa de liberdade, mas perpetua a dependência. O consumo responsável, portanto, precisa ser pensado também em termos políticos: é função do Estado e das empresas criar condições reais para que as escolhas éticas sejam possíveis.

Sob o ponto de vista cultural e poético, a reconciliação entre desejo e recursos implica uma reeducação do olhar. A poesia tem a força de restituir o tempo às coisas, de devolver sentido ao que foi banalizado. Carlos Drummond de Andrade, ao afirmar “as coisas findas, muito mais que lindas, essas ficarão”, propõe uma ética estética da permanência. Adélia Prado reforça essa lição quando escreve que “o que a memória ama fica eterno”. Ambas sugerem que a beleza não está na novidade, mas na intensidade com que habitamos o que temos. O consumo consciente, nesse horizonte poético, é um ato de amor: a capacidade de desejar com cuidado, de usar com gratidão, de preservar com ternura.

A filosofia política contemporânea tem destacado a relação entre consumo consciente e democracia, apontando que ambos se articulam na ampliação das condições de liberdade e participação social. Amartya Sen (2000), ao desenvolver

o conceito de *capabilities*, sugere que o desenvolvimento pode ser compreendido como a expansão das liberdades substantivas das pessoas, e não apenas como o aumento de sua capacidade de consumo. Nessa perspectiva, a coerência entre desejo e recursos aparece como um elemento que potencializa a liberdade coletiva, em vez de reforçar distinções de privilégio. A responsabilidade individual, por sua vez, tende a ganhar sentido mais amplo quando acompanhada de políticas públicas voltadas ao acesso equitativo a bens essenciais e à informação qualificada. Assim, o consumo consciente pode ser entendido menos como um atributo de grupos específicos e mais como um processo social em construção, no qual sustentabilidade e justiça se configuram como horizontes possíveis, e não como estados plenamente alcançados.

Por fim, é possível afirmar que o consumo consciente não é um destino pronto, mas um processo civilizatório em construção. Ele exige que revisitemos o desejo, não como inimigo, mas como potência de criação e sentido. O desejo precisa ser reeducado para desejar o possível — e o possível, quando fundado em justiça e medida, pode ser belo. Essa é a coerência que o mundo contemporâneo demanda: uma ética que reconcilie o prazer com a prudência, o querer com o poder, a liberdade com o cuidado. O consumo consciente é, em última instância, o exercício de uma nova forma de amor pelo mundo — uma que reconhece que a felicidade humana só é verdadeira quando também é sustentável.

CAPÍTULO 7

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo deste estudo, procurou-se compreender a complexa e contraditória relação entre “boca e bolso” no contexto do capitalismo contemporâneo, especialmente no cenário brasileiro. A metáfora, que articula o campo do desejo e o campo da materialidade, revelou-se como um eixo interpretativo potente para analisar a economia política do consumo e suas implicações sobre a subjetividade moderna. Observou-se que o desejo, longe de ser uma força espontânea e autônoma, é sistematicamente produzido, canalizado e administrado por estruturas de poder econômico e simbólico. Assim, a coerência entre o que se quer e o que se pode não se dissolve apenas na disparidade de renda, mas nas engrenagens sutis que definem o que é legítimo desejar e o que é possível realizar (Bauman, 2008; Gentil, 2021).

O estudo evidenciou que a financeirização da vida cotidiana transformou o consumo em eixo organizador da sociabilidade e da identidade. A promessa de liberdade e pertencimento, sustentada pela expansão do crédito, converteu-se em um regime de dependência, onde a dívida torna-se o elo central que conecta o indivíduo ao sistema econômico. O crédito, apresentado como ferramenta de acesso, é na verdade o principal mecanismo de controle social, pois condiciona o futuro ao pagamento do presente. Essa inversão temporal — em que se consome antes de possuir — reflete uma mutação cultural profunda: a vida passa a ser vivida a crédito, e o tempo torna-se uma mercadoria penhorada (Lavinas, 2024).

Além disso, a pesquisa apontou que a incoerência entre boca e bolso não é uma exceção, mas a própria condição de possibilidade do capitalismo tardio. O sistema depende do descompasso entre o desejo e os recursos, pois é nesse intervalo que a máquina de consumo se sustenta. A insatisfação constante, cuidadosamente cultivada pela publicidade e pela cultura do desempenho, garante que o sujeito permaneça em movimento, buscando no mercado aquilo que nunca se completa em si mesmo. O resultado é uma forma de alienação que ultrapassa o plano econômico e se inscreve no emocional, corroendo a autoes-

tima e a percepção de autonomia. O indivíduo endividado internaliza a lógica do débito como culpa, e o consumo como forma de compensação simbólica (Baudrillard, 1995).

A análise interdisciplinar realizada permite concluir que a distância entre boca e bolso é também uma distância entre ser e parecer, entre necessidade e representação. Na sociedade do espetáculo e das redes digitais, consumir não significa apenas adquirir, mas comunicar-se. O ato de consumo converte-se em linguagem, e os objetos passam a funcionar como signos de distinção, pertencimento e identidade. Nesse cenário, a pobreza não é apenas falta de recursos, mas também exclusão semiótica — a impossibilidade de participar da linguagem social do consumo. A desigualdade, portanto, assume novas feições, pois não se limita à privação material: ela atinge a capacidade de desejar, de ser visto e reconhecido. Assim, a coerência entre boca e bolso não é apenas um ideal econômico, mas uma demanda ética e existencial (Sennett, 1998).

Essa compreensão convida a deslocar o debate do plano individual para o estrutural. O endividamento das famílias não pode ser entendido como resultado da irresponsabilidade pessoal, mas como expressão de uma economia que se sustenta sobre a precariedade e a promessa. A culpabilização do consumidor, promovida pelos discursos de educação financeira despolitizada, serve apenas para encobrir os mecanismos que perpetuam a desigualdade. Nesse sentido, torna-se urgente pensar políticas públicas que ampliem o acesso à renda, fortaleçam a proteção social e repensem o papel do crédito como instrumento de cidadania. Reconciliar boca e bolso, nesse contexto, é lutar por um modelo econômico que devolva ao trabalho e à redistribuição o lugar central que hoje é ocupado pela dívida (Furtado, 2007).

Para além da crítica, este estudo aponta a necessidade de reconstruir uma ética do consumo que una consciência e prazer, desejo e responsabilidade. O consumo não deve ser abolido, mas ressignificado. Isso implica repensar o valor do desejo — não como força de sujeição ao mercado, mas como potência de criação, de invenção de novas formas de estar no mundo. O desafio é transformar o consumo em gesto político, capaz de sustentar uma economia do cuidado, da solidariedade e da sustentabilidade. O consumo ético e consciente deve ser entendido não como moralização da escassez, mas como movimento de resistência que redefine o que é “ter” e o que é “ser” (Sen, 2000).

O avanço das pesquisas futuras poderá aprofundar a compreensão dessas dinâmicas a partir de novas perspectivas teóricas e empíricas. O impacto da economia digital e dos algoritmos sobre a formação do desejo, por exemplo, abre um campo fértil de investigação sobre o capitalismo de dados e suas implicações psicológicas. Do mesmo modo, torna-se essencial estudar como práticas educativas e políticas culturais podem formar consumidores críticos, capazes de reconhecer e questionar os dispositivos de sedução que moldam suas escolhas. Há, ainda, o desafio de compreender o consumo a partir das periferias, dos movimentos sociais e das economias solidárias, que criam alternativas concretas à lógica dominante.

Conclui-se, portanto, que a coerência entre boca e bolso é mais do que uma questão de equilíbrio financeiro — é um problema civilizatório. Requer uma nova concepção de economia, centrada na dignidade humana e na sustentabilidade da vida. Reatar esse vínculo perdido entre desejo e possibilidade é, em última instância, uma tarefa ética, coletiva e política. É preciso devolver à economia seu sentido originário: o de administrar a casa comum, e não de explorar seus habitantes! Que o futuro da pesquisa e da ação social possa caminhar na direção dessa coerência reinventada, onde o consumo não seja um espelho da falta, mas expressão de uma vida compartilhada e justa (Gentil, 2021).

Perguntas para futuras pesquisas e reflexões

- 1) Como a lógica do consumo digital e o uso de IAs constitui e orienta os desejos e as subjetividades contemporâneas?
- 2) De que maneira políticas públicas de renda básica e regulação do crédito poderiam restaurar a coerência entre desejo e possibilidade material no Brasil?
- 3) Que práticas pedagógicas e culturais poderiam promover uma educação crítica para o consumo e contra o endividamento?
- 4) Em que medida o consumo pode ser ressignificado como prática de solidariedade e cuidado, em oposição à lógica da mercadoria?
- 5) Como os movimentos sociais e as economias alternativas podem propor e implementar novas formas de consumo ético, sustentável e democrático no século XXI?

REFERÊNCIAS

- ALEIXO, Ricardo. **Antiboi**. Belo Horizonte: Mazza Edições, 2017.
- ANTONY, Jibin; JOB, Binu Mathew; THOMAS, Antony. Direct and indirect effects of self-esteem on financial satisfaction. **International Journal of Economics and Financial Issues**, v. 14, n. 5, p. 251–261, 2024.
- ARENDT, Hannah. **A condição humana**. 13. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.
- ARISTÓTELES. **Ética a Nicômaco**. Tradução de Antônio Pinto de Carvalho. São Paulo: Abril Cultural, 1984. (Coleção Os Pensadores).
- BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Relatório de Economia Bancária 2024**. Brasília: Banco Central do Brasil, 2024.
- BANDEIRA, Manuel. **Estrela da vida inteira**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980.
- BANET-WEISER, Sarah. **Empowered: popular feminism and popular misogyny**. Durham: Duke University Press, 2018.
- BARBOSA, Livia. **O jeitinho brasileiro: a arte de ser mais igual que os outros**. 12. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.
- BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. 2. ed. Lisboa: Edições 70, 2010.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- BEBER, Bruna. **Rua da padaria**. São Paulo: Record, 2013.
- BESSA, Bráulio. **Poesia que transforma**. Rio de Janeiro: Sextante, 2018.
- BONOMO, Márcio; et al. **Consumer loans, heterogeneous interest rates, and inequality: evidence from Brazil**. Brasília: Banco Central do Brasil, 2025.
- BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2007.
- BYUNG-CHUL HAN. **Sociedade do cansaço**. Petrópolis: Vozes, 2018.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 9. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2015.

CARPINEJAR, Fabrício. **Cuide dos pais antes que seja tarde**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2018.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: artes de fazer**. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 1994.

COSTA, Sérgio. **Classes médias e consumo na América Latina: novas configurações e velhas desigualdades**. Mecila Working Paper Series, n. 45, 2022.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **O anti-Édipo: capitalismo e esquizofrenia**. Rio de Janeiro: Editora 34, 2010.

DITTMAR, Helga; et al. Materialistic values and subjective well-being: meta-analytic review and synthesis of research. **Personality and Social Psychology Review**, v. 18, n. 3, p. 199–228, 2014.

DRUMMOND DE ANDRADE, Carlos. **Alguma poesia**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1930.

ESPINOSA, Baruch de. **Ética demonstrada à maneira dos geômetras**. Belo Horizonte: Autêntica, 2022.

FOUCAULT, Michel. **Nascimento da biopolítica: curso no Collège de France (1978–1979)**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido**. 70. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2022.

FURTADO, Celso. **Formação econômica do Brasil**. 36. ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2007.

HAN, Byung-Chul. **Psicopolítica: o neoliberalismo e as novas técnicas de poder**. Belo Horizonte: Âyiné, 2019.

HEIDEGGER, Martin. **Ser e tempo**. 6. ed. Petrópolis: Vozes, 2015.

HONNETH, Axel. **Luta por reconhecimento: a gramática moral dos conflitos sociais**. São Paulo: 34, 2009.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Síntese de indicadores sociais: uma análise das condições de vida da população brasileira 2023**. Rio de Janeiro: IBGE, 2023.

IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **Endividamento, consumo e desigualdade financeira no Brasil contemporâneo**. Brasília: IPEA, 2024.

JONAS, Hans. **O princípio responsabilidade: ensaio de uma ética para a civilização tecnológica**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2006.

KAHNEMAN, Daniel. **Rápido e devagar: duas formas de pensar**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.

KEYNES, John Maynard. **Teoria geral do emprego, do juro e da moeda**. São Paulo: Nova Cultural, 1996.

KUMAR, Ashish; SALO, Jari; BEZAWADA, Ram. The Effects of Buy Now, Pay Later (BNPL) on Customers' Online Purchase Behavior. **Journal of Retailing**, v. 100, n. 4, p. 602–617, 2024.

LAZZARATO, Maurizio. **A fábrica do homem endividado: ensaio sobre a condição neoliberal**. São Paulo: n-1 edições, 2017.

LAVINAS, Lena. Income transfers and household debt. **Revista de Economia Política**, v. 44, n. 2, 2024.

LOUZADA, Maria Lúcia C.; et al. Alimentos ultraprocessados e perfil nutricional da dieta no Brasil. **Revista de Saúde Pública**, v. 49, n. 38, p. 1–11, 2015.

MANOEL DE BARROS. **Livro sobre nada**. 28. ed. Rio de Janeiro: Record, 2013.

MARQUES, Ana Martins. **A vida submarina**. Belo Horizonte: Scriptum, 2009.

MATURANA, Humberto; VARELA, Francisco. **A árvore do conhecimento: as bases biológicas da compreensão humana**. 10. ed. São Paulo: Palas Athena, 2001.

MERLEAU-PONTY, Maurice. **Fenomenologia da percepção**. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

MULLAINATHAN, Sendhil; SHAFIR, Eldar. **Escassez: uma nova forma de pensar a falta de recursos e as suas consequências**. Rio de Janeiro: Best Business, 2015.

OECD – Organisation for Economic Co-operation and Development. **Behavioural insights and public policy: lessons from around the world**. Paris: OECD Publishing, 2017.

PIKETTY, Thomas. **Capital e ideologia**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2020.

PRADO, Adélia. **Bagagem**. 33. ed. Rio de Janeiro: Record, 2020.

RAWLS, John. **Uma teoria da justiça**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

REZENDE, Felipe; ARAÚJO, Eliane. Crédito, desigualdade e endividamento das famílias no Brasil: evidências recentes. **Revista de Economia Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 28, n. 2, p. 1–27, 2024.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. 24. ed. Rio de Janeiro: Record, 2022.

SCHÖNGART, S.; et al. Climate inequality: the global top 10% income earners responsible for two-thirds of global warming since 1990. **Nature Climate Change**, v. 15, n. 2, p. 130–142, 2025.

SEN, Amartya. **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

SIMMEL, Georg. **Filosofia do dinheiro**. Lisboa: Edições 70, 2011.

SOUZA, Jessé. **A elite do atraso: da escravidão à Lava Jato**. Rio de Janeiro: Leya, 2017.

SOUZA, Jessé. **A ralé brasileira: quem é e como vive**. Belo Horizonte: UFMG, 2017.

TAVARES, Maria da Conceição. **Acumulação de capital e industrialização no Brasil**. 6. ed. Campinas: Unicamp, 2010.

TAYLOR, Shelley E.; BROWN, Jon D. Illusion and well-being: a social psychological perspective on mental health. **Psychological Bulletin, Washington**, v. 103, n. 2, p. 193–210, 1988.

TURUNEN, Elina; HIILAMO, Heikki. **Health effects of indebtedness: a systematic review**. *BMC Public Health*, v. 14, article 489, 2014.

VAZ, Sérgio. **Colecionador de pedras**. São Paulo: Global Editora, 2011.

WORLD BANK. **Global financial inclusion and consumer credit report 2023**. Washington, D.C.: World Bank Publications, 2023.

WORLD HEALTH ORGANIZATION (WHO). **Debt and mental health: policy brief**. Genebra: WHO, 2023.

ZUBOFF, Shoshana. **A era do capitalismo de vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2020.



MARCELO JOSÉ HANAUER

BOCA E BOLSO

DESEJO, DÍVIDA E CONSUMO
NO BRASIL CONTEMPORÂNEO



TERRIED