

O CIDADÃO COMO CONSUMIDOR: A MUTAÇÃO POLÍTICA DA SOBERANIA NA ERA DO MERCADO

THE CITIZEN AS CONSUMER: THE POLITICAL MUTATION OF SOVEREIGNTY IN THE MARKET ERA

Marjorie Bier Krinski Corrêa¹

Universidade Federal da Fronteira Sul, Brasil

Odair Leandro Krinski Corrêa²

Universidade Federal da Fronteira Sul, Brasil

Susan Chaiana Egewarth³

Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Brasil

Ivann Carlos Lago⁴

Universidade Federal da Fronteira Sul, Brasil

DOI: <https://doi.org/10.46550/ilustracao.v7i1.785>

Aceito em: 27.01.2026

Resumo: O artigo investiga a transformação da modernidade política e da cidadania diante da consolidação da sociedade de consumo e do paradigma neoliberal. A análise parte da constatação de que o sujeito político, historicamente concebido como cidadão dotado de direitos e deveres, foi progressivamente convertido em consumidor, cuja participação pública se reduz à capacidade de escolha entre mercadorias, estilos de vida e narrativas de mercado. Esse deslocamento representa uma mudança estrutural do eixo de legitimação do poder, transformando a democracia em regime da preferência e reduzindo o ato político à exibição de gostos e desejos. A pesquisa demonstra que o neoliberalismo opera como racionalidade política, governando a vida social segundo lógicas mercantis e transformando a liberdade em capital simbólico de consumo, enquanto o espaço público é colonizado pelo marketing, pela visibilidade e pelo espetáculo.

Palavras-chave: Neoliberalismo. Sociedade do Consumo. Liberdade. Cidadania. Participação.

Abstract: This article investigates the transformation of political modernity and citizenship in light of the consolidation of consumer society and the neoliberal paradigm. The analysis begins with the observation that the political subject—historically conceived as a citizen endowed with rights and duties—has been progressively transformed into a consumer, whose public participation is reduced to the capacity to choose between commodities, lifestyles, and market narratives. This

1 Mestre e Doutoranda em Desenvolvimento e Políticas Públicas, UFFS, *Campus Cerro Largo*, bolsista Capes.

2 Mestrando em Desenvolvimento e Políticas Públicas, UFFS, *Campus Cerro Largo*.

3 Bacharel em Direito, Unijuí.

4 Doutor em Sociologia, professor da UFFS, *Campus Cerro Largo*.



shift represents a structural change in the axis of power legitimation, transforming democracy into a regime of preference and reducing the political act to the display of tastes and desires. The research demonstrates that neoliberalism operates as a political rationality, governing social life according to market logics and transforming freedom into symbolic consumer capital, while the public sphere is colonized by marketing, visibility, and spectacle.

Keywords: Neoliberalism. Consumer Society. Freedom. Citizenship. Participation.

Introdução

A ordem política inaugurada pela modernidade, fundada sobre os princípios da soberania popular e da igualdade jurídica, vive hoje uma silenciosa reconfiguração de seus alicerces. O sujeito político, antes concebido como cidadão, portador de direitos e partícipe do destino coletivo, foi progressivamente metamorfoseado em consumidor: um indivíduo cuja existência pública se resume à capacidade de escolha e de compra entre mercadorias, estilos de vida e narrativas de mercado. Essa mutação não representa apenas uma mudança cultural ou comportamental; constitui um deslocamento estrutural do eixo de legitimação do poder, em que a democracia deixa de ser o regime da deliberação e se converte no regime da preferência, reduzindo o ato político ao gesto de consumo. Trata-se de um processo histórico e ideológico de longa duração, no qual a lógica econômica transborda para a totalidade da vida social e passa a organizar as formas de pensar, desejar e agir dos sujeitos contemporâneos.

A chamada *sociedade de consumo*, que emergiu com força no pós-guerra e se consolidou sob o paradigma neoliberal, é mais do que um estágio avançado do capitalismo; é uma gramática de poder que redefine a relação entre Estado, mercado e indivíduo. O neoliberalismo, conforme demonstram Foucault (2008) e Harvey (2005), não se limita a uma doutrina econômica de desregulação e privatização, mas opera como uma racionalidade política que busca governar a vida social segundo o modelo do mercado. Nesse contexto, a liberdade, conceito central do imaginário moderno, deixa de ser compreendida como autonomia coletiva e passa a significar liberdade de escolha, deslocando o ideal de emancipação para o campo do consumo. A cidadania, que em sua formulação clássica implicava direitos, deveres e participação na esfera pública, converte-se em capital simbólico de consumo: ser cidadão torna-se, na prática, ter acesso a bens e serviços, e a participação política é substituída pela adesão a marcas, campanhas e discursos que prometem reconhecimento individual. O resultado é uma sociedade em que o sujeito é convocado a expressar-se não por meio da deliberação racional, mas pela exibição de preferências e gostos. Nesse caso, o eleitor é um cliente, e a política, um mercado de emoções.

Essa transfiguração da cidadania reflete o que Bauman (2001) identifica como a passagem da “sociedade de produtores” para a “sociedade de consumidores”. O valor do indivíduo já não se define por sua contribuição ao bem comum, mas por sua capacidade de manter-se desejável no circuito de trocas simbólicas. A obsolescência dos objetos - e dos vínculos - torna-se paradigma existencial. A experiência política, que outrora se enraizava na solidariedade e no projeto coletivo,

dissolve-se em escolhas instantâneas, voláteis e reversíveis. O espaço público é colonizado pela lógica da publicidade e pela sedução das imagens, enquanto a noção de comunidade é substituída por agregações efêmeras de consumo e por afinidades de marca. O cidadão-consumidor vive imerso em uma economia moral da visibilidade, em que a legitimidade política decorre não da racionalidade dos argumentos, mas da capacidade de capturar atenção e despertar desejo. Nesse ambiente, a própria democracia é remodelada segundo o princípio da concorrência mercantil: partidos e lideranças se transformam em produtos, e o debate político em uma vitrine de slogans.

O presente artigo parte da hipótese de que a sociedade de consumo constitui o núcleo simbólico do neoliberalismo, operando como sua forma política mais eficaz. Ao substituir o ideal de cidadania pela retórica da escolha individual, o neoliberalismo promove uma despolitização da vida coletiva, na qual a responsabilidade social é dissolvida em performances privadas de consumo. Assim, a legitimação do poder desloca-se do campo das instituições para o campo das emoções e do desejo, instaurando um regime de governança que mantém a aparência de liberdade, mas neutraliza as condições materiais e afetivas para a ação política autêntica. A figura do cidadão é reconfigurada como empreendedor de si mesmo, gestor de sua própria existência, consumidor de oportunidades e, simultaneamente, mercadoria em exibição permanente. A democracia, sob essa racionalidade, torna-se um espetáculo de consumo regulado por métricas de satisfação e *marketing* de imagem, o que transforma a soberania popular em mero simulacro de participação.

A relevância deste estudo reside na necessidade de compreender como o consumo se converteu em princípio de organização política, colonizando esferas antes regidas por valores éticos e cívicos. Entender essa transformação é essencial para qualquer tentativa de reconstrução da vida pública em bases não mercantis. A sociedade contemporânea vive um esvaziamento das categorias políticas clássicas - representação, participação, bem comum - substituídas por equivalentes funcionais derivados do mercado. O que outrora era direito social torna-se serviço pago; o que era compromisso coletivo converte-se em escolha individual. Examinar essas mutações significa, portanto, interrogar o próprio destino da democracia sob o domínio da racionalidade neoliberal.

A pesquisa organiza-se em três eixos complementares. No primeiro tópico, investiga-se o processo histórico e ideológico que deslocou o ideal de liberdade para a esfera do mercado, examinando como a contemporaneidade transformou a autonomia política em poder de compra. No segundo, analisa-se a forma como o neoliberalismo produz sujeitos governáveis por meio da internalização da lógica concorrencial e da afetividade consumista, convertendo o indivíduo em empresa de si. No terceiro, examina-se o impacto dessa racionalidade sobre as instituições democráticas, discutindo como a política se torna espetáculo e a participação cidadã se reduz à dinâmica do consumo simbólico. Cada eixo dialoga com autores centrais, de Foucault (2008) a Brown (2015), de Bourdieu (1984) a Bauman (2007), compondo um percurso interpretativo

que busca compreender a coerência interna entre a expansão do mercado e a retração da esfera pública.

Metodologicamente, a investigação adota uma abordagem teórico-analítica, sustentada em revisão bibliográfica crítica. Não se trata de uma descrição empírica do consumo, mas de uma reflexão sobre seus fundamentos políticos e suas consequências civilizatórias. O objetivo não é denunciar o consumo em si, mas desvelar o regime de poder que o torna paradigma de governo e modelo de subjetivação. A estrutura do artigo segue um movimento que vai da reconstrução histórica à interpretação teórica, culminando na defesa de que a recuperação da cidadania exige um deslocamento radical da imaginação política contemporânea, isto é, a recusa de submeter a vida coletiva à lógica mercantil. Ao revelar o cidadão como consumidor, pretende-se não apenas diagnosticar uma patologia social, mas compreender a racionalidade que a produz e os limites que impõe à democracia moderna.

Assim delineado, o estudo insere-se no esforço de repensar as fronteiras entre economia e política, entre liberdade e consumo, entre escolha e soberania. O que está em jogo não é apenas a análise de um fenômeno sociológico, mas a reconstrução de uma categoria política fundamental: a do cidadão como sujeito de direitos e não como cliente de promessas. Nesse horizonte, questionar a sociedade de consumo é também questionar o próprio destino da democracia: se ela continuará sendo um regime de deliberação entre iguais ou se se tornará definitivamente uma feira de preferências, onde o preço substitui o valor e a liberdade confunde-se com o poder de comprar.

A metamorfose da liberdade: do cidadão ao consumidor

O processo de transformação da liberdade em mercadoria é um dos movimentos mais sutis e, ao mesmo tempo, mais devastadores no contexto do capitalismo contemporâneo. O que antes constituía o núcleo do ideal republicano, a autonomia do sujeito como partícipe da vida pública, foi gradativamente reconfigurado por uma racionalidade que deslocou o eixo da emancipação da esfera política para a econômica. O cidadão, antes dotado de direitos e deveres, converte-se, assim, em consumidor, movido não mais pelo princípio de participação, mas pela promessa de satisfação individual. Esse deslocamento, que parece natural na ordem neoliberal, é o produto de um longo processo de despolitização e de captura simbólica da noção de liberdade, empreendido pelo capitalismo avançado em sua necessidade de autoperpetuação.

Bauman (2008) observa que o consumo se tornou a forma predominante de pertencimento e reconhecimento social. A liberdade, outrora definida pela capacidade de agir coletivamente e de participar da construção do comum, é ressignificada como liberdade de escolha entre produtos, estilos de vida e identidades. O poder político cede espaço ao poder de compra, e o direito à voz transforma-se em direito ao consumo. Essa substituição não ocorre de maneira abrupta; é fruto de um movimento histórico em que o capitalismo, especialmente após a crise das metanarrativas políticas do século XX, passa a ocupar o lugar simbólico que antes pertencia à cidadania. O

mercado, travestido de espaço de autonomia, emerge como o novo *locus* da realização pessoal, enquanto o espaço público é reduzido à arena de espectadores desmobilizados.

Essa mutação implica uma inversão profunda dos valores modernos. A liberdade política — entendida por Kant (1785) como capacidade de agir segundo leis que o próprio sujeito se dá — cede lugar a uma liberdade instrumental, orientada pelo desejo e pela acumulação. O indivíduo contemporâneo é livre não por participar da vida pública, mas por poder escolher o que comprar. A autonomia torna-se função da renda; a cidadania, um privilégio mediado pelo crédito. Como observa Foucault (1979), o neoliberalismo não apenas regula a economia, mas produz uma nova forma de subjetividade: o sujeito-empresa, que internaliza a lógica da concorrência e transforma a própria vida em investimento. A liberdade, nesse contexto, deixa de ser uma categoria política para converter-se em imperativo econômico.

Essa transfiguração da liberdade em bem de consumo está enraizada nas transformações estruturais do capitalismo tardio. A crise das instituições representativas, a fragmentação das identidades e a perda de referências coletivas abriram espaço para a hegemonia de uma racionalidade mercantil. O discurso da escolha individual substitui o da emancipação coletiva; a ética do cidadão é substituída pela estética do consumidor. Debord (1967) já advertia que a sociedade contemporânea não apenas produz mercadorias, mas produz formas de vida, imaginários e subjetividades mediadas pelo espetáculo. A visibilidade, o desejo e o consumo tornam-se as linguagens predominantes da sociabilidade moderna.

O neoliberalismo, enquanto racionalidade política, acelera e legitima esse processo. Ele dissolve a fronteira entre economia e política, convertendo o governo em gestão e o sujeito em recurso. O Estado, antes garantidor do bem comum, assume o papel de mediador dos fluxos de capital e das expectativas do mercado. Nesse arranjo, a cidadania perde densidade: não se define mais por participação ou pertencimento, mas pela capacidade de consumir. Como observa Dardot e Laval (2009), a liberdade neoliberal não é a liberdade dos antigos, fundada no agir público, nem a dos modernos, pautada pela autonomia civil, mas uma liberdade competitiva: o direito de entrar e sobreviver na arena do mercado.

Essa metamorfose não é apenas econômica ou institucional; é profundamente cultural. O consumo torna-se a gramática da experiência, o modo pelo qual o sujeito moderno se reconhece e é reconhecido. O ato de consumir não se restringe à aquisição de bens, mas assume uma função simbólica: é por meio dele que se constrói a identidade e se negocia o pertencimento. Como nota Lipovetsky (2007), a modernidade líquida dissolve os grandes projetos coletivos e os substitui por um hedonismo leve, efêmero, em que a felicidade é mensurada pela capacidade de consumo. A promessa de liberdade converte-se, assim, em dever de desejar.

Ao situar o consumo como princípio estruturante da liberdade, o capitalismo tardio realiza uma operação de domesticação política. A energia emancipatória é redirecionada para a esfera privada, transformando a vontade de liberdade em desejo de aquisição. O sujeito é livre apenas dentro dos limites de sua solvência. A política é substituída pela publicidade; o voto,

pelo ato de compra. Nesse sentido, como argumenta Žižek (2011), o capitalismo não se sustenta apenas por coerção, mas por gozo, pela interiorização do prazer como forma de obediência. A liberdade, convertida em mercadoria, torna-se o fetiche máximo do sistema.

Este primeiro tópico, portanto, não se limita a identificar o fenômeno da sociedade de consumo, mas busca compreender sua genealogia política. Ele mostra que o que está em jogo não é apenas o aumento do consumo, mas a transformação da própria ideia de liberdade. A passagem do cidadão ao consumidor é o sintoma mais claro da mutação contemporânea das relações entre sujeito, Estado e mercado. Trata-se, em última instância, de compreender como a promessa de emancipação moderna foi capturada por uma lógica que, sob o signo da liberdade, produz novas formas de sujeição.

O mercado como nova esfera pública: a política da satisfação e a despolitização do comum

A ascensão do mercado à condição de nova esfera pública constitui uma das mais complexas mutações da modernidade tardia. O que no período iluminista era compreendido como espaço de deliberação, de racionalidade compartilhada e de construção coletiva do destino comum, foi progressivamente ocupado por uma racionalidade instrumental, na qual a visibilidade, o desejo e a utilidade substituem o debate, o conflito e o consenso. O mercado, que historicamente se limitava à função de regular a produção e a circulação de bens, passa a se converter no principal mediador das relações sociais e na instância de legitimação simbólica de toda forma de existência. Não apenas organiza as trocas materiais, mas modela a cultura, o imaginário e o próprio sentido de vida.

Habermas (1984) identifica esse processo como a “colonização do mundo da vida” pelas lógicas sistêmicas da economia e da administração, isto é, a invasão do espaço das relações comunicativas, onde prevalecem a linguagem, o entendimento e a ética, por racionalidades técnicas voltadas à eficiência e ao cálculo. Contudo, no capitalismo tardio, essa colonização adquire uma sutileza inédita: o mercado não se impõe mais como força coercitiva, mas como horizonte de liberdade e prazer. A dominação assume forma de sedução. O consumo aparece como meio de expressão da autonomia, e a satisfação individual, como finalidade suprema da existência. Assim, o espaço público, outrora esfera do logos e da ação, é convertido em vitrine de desejos e performances.

Bauman (2008) interpreta esse deslocamento como resultado da fragilização das instituições modernas e do enfraquecimento dos vínculos comunitários. Em uma sociedade marcada pela fluidez, pela incerteza e pela dissolução das referências coletivas, o consumo emerge como substituto simbólico da cidadania: é por meio dele que o sujeito busca reconhecimento, pertencimento e segurança ontológica. O mercado oferece uma promessa de identidade em um mundo fragmentado, apresentando-se como o espaço onde a liberdade pode ser exercida sem conflito; uma liberdade despolitizada, moldada pela estética do desejo e pela lógica da escolha.

Essa substituição da esfera pública pela esfera mercantil é também uma operação ideológica. Brown (2015) demonstra como o neoliberalismo, ao difundir a lógica empresarial como princípio universal, transforma a própria democracia em uma marca de mercado. O cidadão torna-se investidor, o voto converte-se em ato de consumo simbólico e o Estado passa a operar como empresa, orientado por indicadores de produtividade e eficiência. A cidadania é reduzida à capacidade de competir, e o bem comum é traduzido em “performance institucional”. Nesse contexto, a política é reconfigurada como administração técnica de demandas, e a deliberação democrática, como gestão de expectativas.

O neoliberalismo, conforme Foucault (1979), não é apenas uma doutrina econômica, mas uma racionalidade política que fabrica sujeitos ajustados às exigências da concorrência. Seu poder mais profundo consiste em internalizar nos indivíduos a lógica do capital: o imperativo de maximizar a si mesmo, de gerir a própria vida como empresa, de transformar o desejo em produtividade. O sujeito neoliberal não é governado contra sua vontade; ele é governado através do seu desejo. O mercado, nesse sentido, não é uma instância exterior de dominação, mas uma forma de subjetivação que redefine as condições de possibilidade da liberdade.

A política da satisfação emerge, então, como expressão mais acabada dessa racionalidade. Trata-se de um regime em que o consenso é produzido não pela argumentação pública, mas pela administração dos prazeres. O conflito, motor da democracia, é substituído pela promessa de felicidade; o dissenso, por fidelidade à marca; a indignação, por consumo compensatório. Como observa Chaui (2013), o neoliberalismo reconfigura a ética pública ao substituir a busca pela justiça pelo culto ao desempenho. A ideia de bem comum, central à tradição republicana, dissolve-se na soma de interesses privados, e a noção de solidariedade é substituída pela de competitividade. O cidadão deixa de ser sujeito de direitos para tornar-se cliente de serviços, avaliando o Estado não por sua legitimidade, mas por sua capacidade de entregar satisfação.

Essa transformação gera uma despolitização estrutural das sociedades contemporâneas. O espaço público, entendido por Arendt (1958) como o lugar da aparição e da ação, cede à lógica da visibilidade e do espetáculo. Debord (1967) percebeu esse fenômeno com precisão: na sociedade do espetáculo, o real é substituído pela representação, e o engajamento político é substituído pela imagem de engajamento. A cidadania converte-se em performance identitária, e o debate público em entretenimento. O mercado não apenas intermedia as trocas econômicas, mas organiza o modo como os sujeitos percebem o mundo e a si mesmos. A visibilidade passa a ser o novo critério de existência política, e a aparência, o substituto da substância.

Nessa configuração, o Estado é absorvido pela lógica do consumo. Governos operam como marcas, candidatos são vendidos como produtos, e políticas públicas tornam-se campanhas de *marketing*. O processo democrático, que pressupunha participação e deliberação, é transformado em espetáculo mediado por algoritmos, em que a opinião pública é fabricada por meio da vigilância e da segmentação comportamental. O “mercado de ideias” é, na prática, um mercado de dados. O poder se torna difuso e invisível, operando na microgestão das escolhas e

dos desejos. Como afirma Han (2015), trata-se de um regime de positividade, onde a dominação não reprime, mas estimula; não proíbe, mas motiva; não censura, mas sobrecarrega.

A consequência dessa lógica é uma erosão profunda do vínculo social. A coletividade, substituída pela somatória de consumidores autossuficientes, perde o sentido de projeto comum. A política, reduzida à disputa por audiência, perde densidade ética e horizonte transformador. A linguagem da economia infiltra-se em todos os domínios, inclusive na educação, na arte, na ciência e na afetividade, convertendo-os em capitais simbólicos a serem otimizados. Tudo se torna investimento: o corpo, o tempo, a emoção, o conhecimento. A vida é, ela própria, uma mercadoria em permanente valorização.

O que se observa, portanto, é um deslocamento paradigmático: o mercado não apenas regula, mas representa; não apenas domina, mas define o real. Ao assumir o papel de mediador universal, ele reconfigura a subjetividade e neutraliza a política. A liberdade, que outrora implicava a capacidade de agir em conjunto, converte-se em isolamento competitivo. O sujeito é livre apenas na medida em que é rentável; autônomo apenas enquanto produtivo; visível apenas enquanto consumível.

O capitalismo tardio, em sua fase de consumo e comunicação total, alcança assim um duplo triunfo: substitui a participação pela satisfação e transforma a própria ideia de emancipação em produto. O mercado torna-se o novo horizonte da existência, o substituto simbólico da polis, o espaço onde se acredita encontrar liberdade, mas onde se exerce, na verdade, uma forma sofisticada de servidão voluntária. O cidadão, transformado em cliente, já não exige direitos, mas descontos. E o poder, invisível e difuso, governa não por coerção, mas por desejo.

O desafio teórico que se impõe é compreender que essa despolitização não é efeito colateral do capitalismo, mas condição de sua continuidade. Ao esvaziar o espaço público e privatizar o sentido de liberdade, o neoliberalismo garante sua estabilidade pela dispersão dos sujeitos e pela fragmentação do comum. A resistência, nesse contexto, não poderá advir da simples recusa do consumo, mas da reconstrução de novas formas de sociabilidade e de novos sentidos de liberdade, tarefa que será abordada no próximo tópico, dedicado à reflexão sobre a possibilidade de reconquista do comum como horizonte político e ético da contemporaneidade.

A Reconquista do Comum: Possibilidades de Resistência e Reconfiguração da Liberdade

Se a sociedade de consumo consolidou o mercado como mediador universal das relações humanas, convertendo a liberdade em mercadoria e o cidadão em cliente, o desafio contemporâneo consiste em reencontrar o sentido político do comum. Mais do que uma simples reação moral ao consumismo, trata-se de um esforço ontológico e epistemológico de reconstruir a experiência coletiva em um mundo regido pela lógica da satisfação individual. A reconquista do comum exige repensar as bases da liberdade, deslocando-a da economia para a política, da escolha para a participação, da acumulação para o pertencimento. É uma tarefa que envolve não apenas resistência, mas reinvenção — uma reconfiguração das formas de vida que devolva à ação humana sua dimensão pública, relacional e criadora de sentido.

A modernidade neoliberal impôs uma mutação radical da subjetividade: transformou o sujeito político, dotado de palavra e de ação, em sujeito econômico, calculável e previsível. Essa transmutação, conforme Foucault (1979), não é apenas resultado de políticas de Estado, mas de tecnologias difusas de governo que produzem indivíduos governáveis pela interiorização da norma. O poder, nesse regime, não opera por repressão, mas por produção: ele fabrica desejos, modela condutas e define os parâmetros do possível. Assim, resistir não significa apenas negar o consumo, mas questionar as condições mesmas que o tornam forma de existência. O campo da resistência é, antes de tudo, o da subjetividade: um território de disputa simbólica e política sobre o que é viver em comum.

Nesse sentido, a crítica de Hardt e Negri (2009) ao biopoder torna-se central. Para os autores, o capitalismo contemporâneo não domina mais apenas pela exploração do trabalho, mas pela captura da própria vida - afetos, linguagens, imaginários e relações. Essa dimensão biopolítica do poder exige uma nova concepção de resistência, fundada não na negação, mas na produção de alternativas: o *comum* como potência constituinte, como espaço de criação e de solidariedade que escapa à lógica da propriedade e da mercantilização. O comum, aqui, não é o coletivo abstrato, mas o tecido vivo das relações, dos saberes partilhados e das formas de cooperação que se contrapõem à fragmentação neoliberal.

Bauman (2008) reconhece que a sociedade líquida dissolve vínculos e instituições, mas sugere que essa fluidez também pode conter um potencial emancipador. A ausência de estruturas rígidas abre espaço para novas formas de sociabilidade baseadas na solidariedade, na confiança e na reciprocidade. Recuperar o comum, portanto, não implica restaurar antigas formas comunitárias ou nostalgias políticas, mas inventar novas modalidades de vínculo que escapem à lógica do consumo e da competição. Trata-se de redescobrir a liberdade como *interdependência*, não como isolamento; como partilha, não como escolha; como responsabilidade, não como propriedade.

Essa reconstrução, contudo, não ocorre espontaneamente. Ela requer uma revalorização da esfera pública e da educação política. Como afirma Arendt (1958), a liberdade não se realiza na solidão, mas na pluralidade; ela é sempre um fenômeno de co-presença, de aparição mútua no espaço comum. A educação, nesse contexto, deixa de ser apenas instrumento de adaptação e torna-se prática de emancipação, isto é, uma pedagogia da participação. O sujeito educado é aquele capaz de pensar o mundo como tarefa comum, de compreender a si mesmo não como consumidor de bens, mas como coautor do destino coletivo. Essa perspectiva remete à necessidade de repolitizar a vida cotidiana, de reintroduzir o debate e a deliberação nos espaços em que o mercado impôs o silêncio.

A reconstrução do comum também supõe uma ética da finitude. Em oposição à lógica da expansão ilimitada e do desejo incessante, a ética do comum reconhece os limites materiais e simbólicos da existência. Como argumenta Latour (2021), o Antropoceno revela que o projeto moderno de dominação da natureza fracassou: não há exterior ao qual possamos escapar. A terra, a comunidade e o corpo tornam-se dimensões inseparáveis do mesmo ecossistema político.

Nesse cenário, o consumo ilimitado não é apenas moralmente problemático, mas ecologicamente inviável. A resistência passa, então, por reconfigurar o desejo, transformando-o de força de apropriação em força de cuidado.

A política do comum implica, portanto, uma profunda inversão ontológica: em vez de compreender a liberdade como ausência de vínculos, ela a entende como capacidade de cooperar. Essa concepção rompe com o imaginário liberal de autonomia isolada e propõe uma liberdade situada, relacional e partilhada. Dardot e Laval (2014) desenvolvem essa ideia ao defender o comum não como bem, mas como *princípio político*, um modo de instituir o social que se opõe tanto à privatização neoliberal quanto ao estatismo burocrático. O comum, nessa acepção, não é propriedade, mas prática; não é substantivo, mas verbo: *comunizar* significa agir coletivamente, compartilhar responsabilidades, instituir novas regras de convivência.

A reconstrução da liberdade passa, assim, pela reconstrução do político. Retomar o comum não é simplesmente resgatar um ideal perdido, mas criar condições para que o espaço público volte a ser lugar de ação e não de gestão. Isso requer reconfigurar o Estado não como empresa, mas como mediador ético do coletivo; restaurar a ideia de cidadania como participação e não como clientelismo; e reverter o processo de privatização da imaginação, permitindo que o futuro seja novamente concebido como horizonte partilhado. A democracia, para sobreviver, precisa recuperar o seu sentido republicano, aquele que entende o bem comum não como soma de interesses individuais, mas como construção permanente do vínculo social.

Contudo, é preciso reconhecer que a reconquista do comum enfrenta um obstáculo estrutural: a captura das subjetividades pelo paradigma da satisfação. Como observa Žižek (2011), o capitalismo não se mantém apenas pela exploração, mas pelo desejo de participar de seu próprio gozo. Resistir exige, portanto, romper com a fantasia de felicidade que sustenta o sistema. Não basta denunciar o consumo; é necessário imaginar outras formas de prazer, de reconhecimento e de realização que não se traduzam em mercadoria. Isso implica reinventar a cultura, as práticas de convivência e até mesmo a sensibilidade estética, deslocando o foco da performance para a presença, da visibilidade para o vínculo.

Essa tarefa, embora árdua, não é impossível. Sennett (2012) sugere que a reconstrução do comum pode começar nos espaços cotidianos, nas práticas colaborativas e nas redes de confiança que escapam à lógica do lucro. O trabalho artesanal, a arte comunitária, as economias solidárias e as pedagogias críticas são exemplos de micropráticas de resistência que reintroduzem o sentido de partilha em um mundo dominado pela competição. São gestos que, embora fragmentários, afirmam a possibilidade de um outro modo de vida, no qual o valor não é medido pela produtividade, mas pela capacidade de cuidar e de criar juntos.

O comum, portanto, não é um resíduo da modernidade, mas a sua promessa ainda não cumprida. É o horizonte de uma liberdade que não se realiza no consumo, mas na coautoria do mundo. Reconfigurar a liberdade sob essa perspectiva significa reverter a colonização neoliberal da subjetividade e restituir à política sua vocação originária: a de criar mundos compartilháveis.

O cidadão que emerge dessa reconstrução não é mais o cliente do Estado, mas o guardião do comum; não é consumidor de direitos, mas produtor de solidariedade; não busca satisfação, mas sentido.

Este terceiro tópico encerra, assim, o arco teórico do artigo: se o primeiro analisou a metamorfose da liberdade e o segundo diagnosticou a despolitização operada pelo mercado, o presente delineia as possibilidades de uma refundação política da liberdade, ancorada na ética do comum e na revalorização da ação coletiva. A superação da sociedade de consumo não se dará por decreto nem por recusa moral, mas pela lenta e persistente reconstrução de um ethos comunitário, capaz de devolver à liberdade seu significado originário: o de ser, junto aos outros, artífice de um mundo compartilhado.

Considerações finais

O percurso reflexivo desenvolvido neste trabalho revelou que o deslocamento da cidadania para o consumo não constitui apenas um fenômeno econômico ou cultural, mas um movimento profundo de reconfiguração da subjetividade e da própria ideia de liberdade. A sociedade do consumo, ao converter o sujeito político em sujeito mercadológico, dissolveu os vínculos coletivos e reduziu a experiência democrática à esfera da escolha individual. Nesse processo, a liberdade, outrora concebida como capacidade de participação e deliberação pública, passou a ser entendida como poder de compra e autossuficiência material, um deslocamento que enfraquece a noção de responsabilidade comum e desarticula os fundamentos da vida política.

O diagnóstico central que emerge é o de uma sociedade na qual o consumo se converte em mecanismo de integração e exclusão social, substituindo as antigas formas de pertencimento e reconhecimento. O que se anuncia não é apenas uma mutação na economia, mas uma transformação no próprio modo de existir em sociedade: o ser humano passa a valer pelo que consome, e não mais pelo que constrói, participa ou compartilha. Essa inversão do valor da ação política em valor de mercado gera um vazio simbólico e moral, no qual o indivíduo é constantemente convocado a reafirmar sua identidade pelo consumo, sem, contudo, encontrar estabilidade ou sentido.

O problema mais grave desse processo reside na naturalização de um modelo de liberdade que mascara sua própria condição de dependência. A lógica do consumo promete autonomia, mas produz sujeição; oferece escolhas, mas impõe desejos; aparenta igualdade, mas reproduz desigualdades. A política, capturada pela racionalidade econômica, torna-se administradora de vontades e não mais mediadora de interesses coletivos. Assim, a cidadania cede espaço ao consumidor e a democracia se transforma em um mercado de promessas e afetos.

Romper com essa dinâmica exige mais do que reformas econômicas ou regulamentações de mercado. Implica reconstruir a ideia de liberdade sobre novas bases éticas, comunitárias e solidárias. É necessário recuperar o sentido de pertencimento e o valor da deliberação pública, resgatando o espaço político como lugar de criação coletiva de significados. A superação da

sociedade do consumo não se dará pela negação da materialidade, mas pela reconquista da centralidade do humano sobre o objeto, do bem comum sobre o interesse privado, da convivência sobre a competição.

Como desdobramento, abrem-se múltiplas possibilidades de investigação. Entre elas, compreender de que modo as novas tecnologias e as redes sociais ampliam ou tensionam esse processo de mercantilização da subjetividade; analisar como as políticas públicas podem ser desenhadas para resgatar a dimensão pública da liberdade; e refletir sobre experiências sociais que buscam alternativas ao consumo como forma de pertencimento, seja em práticas comunitárias, educativas ou ecológicas. Essas frentes de pesquisa podem contribuir para o amadurecimento de um novo paradigma, capaz de articular desenvolvimento, ética e democracia em uma perspectiva pós-consumista.

A reflexão que aqui se encerra não busca encerrar o debate, mas abri-lo. A genealogia da liberdade no capitalismo tardio ainda está em curso, e compreender suas metamorfoses é condição para imaginar novos modos de existência coletiva. Resta, portanto, recolocar a política no centro da vida e restituir à liberdade seu sentido primeiro: o de ser partilha, encontro e construção de mundo.

Referências

- ARENDT, Hannah. **A condição humana**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1958.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- BROWN, Wendy. **Undoing the demos: neoliberalism's stealth revolution**. New York: Zone Books, 2015.
- CHAUÍ, Marilena. **Convite à filosofia política**. São Paulo: Brasiliense, 2013.
- DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal**. São Paulo: Boitempo, 2009.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1967.
- FOUCAULT, Michel. **Nascimento da biopolítica: curso no Collège de France (1978-1979)**. São Paulo: Martins Fontes, 2008 [1979].
- HAN, Byung-Chul. **Sociedade da transparência**. São Paulo: Vozes, 2015.
- HARDT, Michael; NEGRI, Antonio. **Império**. São Paulo: Editora 34, 2009.
- HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.
- KANT, Immanuel. **Fundamentação da metafísica dos costumes**. São Paulo: Martins Fontes, 2003 [1785].
- LATOUR, Bruno. **Onde aterrar? Como pensar a política no Antropoceno**. Rio de Janeiro:

Editora UFRJ, 2021.

LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo.** São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

SENNETT, Richard. **Juntos: os rituais, prazeres e política da cooperação.** São Paulo: WMF Martins Fontes, 2012.

ŽIŽEK, Slavoj. **Vivendo no fim dos tempos.** São Paulo: Boitempo, 2011.