A ILUSÃO DE COMPLETUDE: A CONSTITUIÇÃO SUBJETIVA E A LÓGICA CONSUMISTA SOB A ÓTICA PSICANALÍTICA

Maria Luiza Pereira dos Santos, Lauro Take Tomo Veloso.

Universidade do Vale do Paraíba/Faculdade de Educação e Artes, Avenida Shishima Hifumi, 2911, Urbanova - 12244-000 - São José dos Campos-SP, Brasil, psico.marialuizapereira@gmail.com, lauro.taketomo@gmail.com.

Resumo

O presente artigo tem como objetivo analisar, sob a perspectiva psicanalítica, a relação entre a constituição do sujeito e a lógica contemporânea do consumo, tomando a falta estrutural como elemento central para compreender a busca por uma ilusória completude. Trata-se de uma pesquisa qualitativa, de caráter exploratório, realizada por meio de revisão de literatura, fundamentada em Freud, Lacan e autores que articulam psicanálise, consumo, desejo e compulsão. A análise parte da compreensão de que o sujeito se constitui pela linguagem e pela falta, não havendo objeto capaz de produzir satisfação plena e definitiva. Entretanto, observa-se que o discurso capitalista se apropria dessa falta ao apresentar objetos como possíveis complementos ao sujeito, produzindo um circuito incessante de busca pela satisfação. Conclui-se que a falta não pode ser eliminada pelo consumo, pois a completude encontra seu limite na própria estrutura desejante do sujeito. Nesse sentido, o processo analítico pode favorecer a elaboração de conteúdos inconscientes e a construção de formas singulares de satisfação, contribuindo para uma relação menos compulsiva com os objetos de consumo.

Palavras-chave: Completude. Consumo. Desejo. Falta. Psicanálise.

Área do Conhecimento: Ciências Humanas

Introdução

O meio de comunicação fundamental nas relações humanas é a linguagem, que ultrapassa a comunicação objetiva e opera também como via de acesso às formações do inconsciente (Freud, 1901). Além disso, a linguagem também ocupa lugar essencial na constituição psíquica do sujeito, ultrapassando a função de comunicação e participando da formação do eu e de suas identificações. É por meio dos significantes provenientes do campo do outro que o sujeito passa a constituir referências sobre si, estabelecendo as primeiras formas de identificação e construindo uma imagem própria. Nesse sentido, a constituição do eu não corresponde à formação de uma identidade fixa e autônoma, mas encontra-se atravessada pela linguagem e pelas identificações que se estabelecem na relação com o outro (Starnino, 2016). Na contemporaneidade, essa dimensão discursiva torna-se especialmente relevante para compreender o consumo, pois objetos, experiências e imagens são continuamente apresentados como possibilidades de satisfação, felicidade e transformação, fazendo com que a mercadoria ultrapasse sua dimensão concreta e adquira valor simbólico e imaginário. Teixeira e Couto (2010), ao analisarem a cultura capitalista a partir da teoria lacaniana dos discursos, destacam que os produtos podem ser elevados à condição de objetos-tampão da falta estrutural, estimulando uma busca por satisfação que não encontra um ponto definitivo.

A constituição psíquica humana revela que a subsistência biológica, por si só, não é suficiente para a manutenção da vida, uma vez que a experiência humana ultrapassa a satisfação das necessidades orgânicas. Na teoria lacaniana, a necessidade pode ser satisfeita por meio de um objeto, enquanto o desejo não se reduz a essa satisfação, pois se constitui na relação com o outro, com o afeto e com a linguagem. É justamente na lacuna entre necessidade e demanda que se manifesta o desejo humano. Assim, embora uma necessidade possa ser satisfeita, algo permanece não preenchido, mantendo o desejo em movimento. Essa impossibilidade de alcançar uma satisfação total relaciona-se à própria inserção do sujeito no campo da linguagem, que introduz uma dimensão de falta. Teixeira e Couto (2010) retomam Lacan ao apontar que o ser humano é incompleto porque fala, uma vez que a linguagem possibilita representar o real, mas não o compreender integralmente. Nesse sentido,

Lacan afirma: “Dizê-la toda é impossível, materialmente: faltam as palavras” (Lacan, 1974/1993 *apud* Teixeira; Couto, 2010, p. 586).

É justamente nessa condição de falta que a lógica consumista encontra uma possibilidade de operar. O discurso capitalista apropria-se dessa condição estrutural ao sustentar a ilusão de que objetos de consumo podem estancar ou preencher aquilo que falta ao sujeito. O ato de comprar pode oferecer uma promessa de alívio imediato para angústias e insatisfações; entretanto, a tentativa de responder ao impasse psíquico por meio de objetos concretos e efêmeros não elimina a falta, podendo manter o sujeito em um circuito contínuo de busca, satisfação momentânea e repetição. Dessa maneira, estabelece-se uma dinâmica na qual o sujeito não apenas consome, mas também pode ser capturado pela própria lógica que continuamente produz novas demandas.

A partir dessa perspectiva, este trabalho busca compreender de que maneira a lógica consumista se articula à constituição do sujeito e à busca pela completude, considerando que a falta é estrutural e que nenhum objeto é capaz de produzir uma satisfação plena e definitiva. Portanto, objetiva-se analisar, por meio da literatura psicanalítica, a relação entre os principais conceitos que permeiam essa realidade, discutindo como a promessa de satisfação pode produzir repetição e compulsão na contemporaneidade. Busca-se, ainda, compreender possibilidades de elaboração dessa lógica, investigando de que modo o sujeito pode se posicionar diante da falta e do desejo sem reduzi-los à busca incessante pela satisfação oferecida pelo consumo.

Metodologia

Trata-se de uma pesquisa qualitativa, de caráter exploratório, realizada por meio de revisão de literatura. Foram considerados textos psicanalíticos de Sigmund Freud e Jacques Lacan, além de produções teóricas que articulam os conceitos de constituição do sujeito, falta, desejo, consumo e compulsão. A análise foi organizada a partir da articulação entre os conceitos psicanalíticos e as formas contemporâneas de consumo, buscando compreender de que maneira a promessa de completude pode produzir circuitos de repetição e compulsão, bem como discutir possibilidades de elaboração dessa relação.

Resultados

A revisão permitiu compreender que a lógica contemporânea do consumo encontra, na própria constituição do sujeito pela falta, uma condição para sustentar sua promessa de completude. Embora o sujeito busque satisfação por meio de diferentes objetos, nenhum deles é capaz de responder definitivamente àquilo que lhe falta, fazendo com que o desejo permaneça em movimento. O discurso consumista, entretanto, apresenta continuamente mercadorias como possibilidades de preenchimento e transformação, convertendo uma condição estrutural da subjetividade em uma promessa de completude que pode ser adquirida.

Dessa forma, o consumo não pode ser compreendido apenas pela quantidade de objetos adquiridos, mas pela função que esses objetos assumem para o sujeito. Quando a mercadoria passa a ocupar o lugar de uma resposta para a falta, estabelece-se um circuito no qual a satisfação é continuamente buscada, mas nunca definitivamente alcançada. A repetição não representa, portanto, apenas a procura por novos produtos, mas pode expressar a tentativa de encontrar no objeto aquilo que estruturalmente não pode ser encontrado.

A revisão também evidenciou que as redes sociais intensificam essa lógica ao aproximarem publicidades, imagens e oferta de produtos da experiência cotidiana. A personalização algorítmica contribui para a exposição contínua do sujeito a conteúdos e mercadorias relacionados aos seus interesses e comportamentos, favorecendo a renovação constante das demandas de consumo. Nesse cenário, o objeto pode ser associado não apenas à sua função material, mas a imagens de pertencimento, reconhecimento, beleza e realização.

Por fim, a revisão apontou a clínica psicanalítica como um espaço de escuta e elaboração da relação do sujeito com o desejo, a falta e os objetos de consumo. Nesse espaço, o sujeito pode questionar se aquilo que busca corresponde efetivamente ao seu desejo ou se está respondendo a ideais, demandas e significações incorporados em sua relação com o outro. A clínica pode favorecer a emergência da palavra e do simbólico, possibilitando a elaboração de conteúdos que ainda não encontraram formas de expressão e permitindo ao sujeito reconhecer a posição que ocupa diante dessas demandas. O

trabalho analítico não consiste em indicar ao sujeito aquilo que deve desejar ou oferecer uma resposta para aquilo que lhe falta, mas em sustentar um espaço no qual possa interrogar sua relação com o desejo e construir formas mais singulares de lidar com a falta e com os objetos aos quais atribui valor de satisfação.

Discussão

A lógica consumista não opera apenas pela apresentação de objetos úteis ou necessários, mas pela construção discursiva de uma promessa de transformação e completude. Para compreender essa promessa, é necessário retomar a constituição do sujeito pela falta. Nasio (2017), ao discutir o conceito de castração, destaca que a angústia de castração possui caráter inconsciente, enquanto as angústias vivenciadas podem constituir defesas diante dessa angústia não vivenciada. A passagem pela castração implica o reconhecimento de um limite e a renúncia à posição de uma satisfação absoluta, permitindo ao sujeito assumir sua própria falta. Nesse sentido, a castração marca a impossibilidade de uma completude plena: o sujeito não é completo e tampouco pode encontrar no outro uma garantia de completude.

A falta, portanto, não constitui apenas aquilo que está ausente e poderia ser preenchido, mas uma condição estruturante do desejo. É a partir desse limite que o sujeito se insere no circuito desejante, buscando objetos que possam representar aquilo que lhe falta, sem alcançar, contudo, uma satisfação definitiva. Nesse contexto, Lacan cunha o conceito de objeto “a”, que não corresponde propriamente a um objeto concreto a ser encontrado ou adquirido, mas ocupa o lugar de causa do desejo, isto é, aquilo que o provoca e mantém o desejo em movimento. Como aponta Pisetta (2009), o objeto “a” é constituído pela falta e decorre da insatisfação, permanecendo relacionado àquilo que escapa à apreensão imaginária. Assim, embora diferentes objetos possam ocupar temporariamente o lugar de objetos desejados, nenhum deles corresponde ao objeto “a”.

É sobre essa condição estrutural que o discurso capitalista opera ao oferecer objetos como possíveis respostas àquilo que falta ao sujeito. Teixeira e Couto (2010) destacam que os objetos de consumo são elevados à condição de elementos capazes de completar a falta-a-ser, fazendo com que o objeto *a* apareça imaginariamente como acessível por meio da mercadoria. Assim, comprar não significa apenas adquirir um produto, mas envolve a aquisição de uma imagem, de uma posição social ou de uma promessa de satisfação plena, convertendo o consumo em um imperativo de validação da própria existência e identidade, a mercadoria passa, desse modo, a participar ativamente da construção de ideais relacionados àquilo que o sujeito gostaria de ser ou representar diante do outro em uma dinâmica na qual o próprio "estar no mundo" se torna atrelado à lógica mercantil (Alves; Liedke, 2022).

Além disso, as redes sociais intensificam essa circulação discursiva ao integrar publicidade, construção de imagens e interação cotidiana. Nesse ambiente, os algoritmos rastreiam atividades e preferências dos usuários, organizando conteúdos, anúncios e produtos de maneira personalizada e continuamente renovada (Castro, 2025). Silva, Teodoro e Couto (2024) destacam que essa dinâmica pode participar da captura do desejo e da digitalização da subjetividade, uma vez que as plataformas utilizam informações dos usuários para direcionar comportamentos e reorganizar suas formas de desejar. Nesse contexto, a mercadoria não é apresentada somente pelo que é, mas pelo que promete representar: pertencimento, beleza, reconhecimento, sucesso ou transformação.

É nesse ponto que a lógica consumista pode ser compreendida como uma tentativa de contornar a experiência da falta. Ao oferecer objetos apresentados como capazes de proporcionar satisfação, reconhecimento e completude, o discurso do consumo opera por meio de um afrouxamento da castração, sustentando a ilusão imaginária de minimizar ou eliminar aquilo que o limite simbólico revela como impossível de ser definitivamente preenchido (Alves; Liedke, 2022). A ato da compra pode, então, produzir expectativa, excitação, prazer e alívio momentâneo, funcionando como uma tentativa de redução de tensão psíquica. Entretanto, essa satisfação revela-se intrinsecamente temporária, uma vez que o objeto real da mercadoria jamais corresponde integralmente à dimensão do desejo.

Diante disso, instala-se uma dinâmica em que, conforme demonstra Freud (1920), a repetição passa a ultrapassar a mera busca pelo princípio do prazer, fazendo com que o consumo persista mesmo quando já não produz a satisfação inicial. Quintella et al. (2017) relacionam as compulsões contemporâneas às transformações dos modelos identificatórias, destacando que, no cenário de enfraquecimento dos ideais orientadores, a exigência de satisfação passa a dirigir-se massivamente ao objeto de consumo. Os autores apontam que a exigência por respostas no objeto gera um impulso

contínuo por novos produtos, estabelecendo um circuito paradoxal no qual a busca por apaziguamento se converte em exigência contínua e fonte de sofrimento. Nessa dinâmica, a linha entre o ativo e o passivo se esvazia, fazendo com que o ato de consumir se desdobre no inevitável "ser consumido", um processo no qual o sujeito, ao tentar apropriar-se da mercadoria para preencher a falta, acaba reificado e devorado pela própria engrenagem mercantil (Alves; Liedke, 2022).

Nessa dinâmica, a distinção entre consumir e ser consumido torna-se cada vez mais tênue. Desse modo, a exigência contemporânea não se limita à obtenção pontual de um bem, mas sustenta a necessidade imperativa de buscar sempre mais, em uma espécie de atualização contínua da própria existência. A satisfação alcançada jamais se estabelece como um ponto de chegada, pois novos objetos, imagens e ideais são incessantemente apresentados como promessas de uma satisfação superior. O sujeito é, assim, convocado a ultrapassar continuamente aquilo que já possui, mantendo-se capturado em um circuito no qual o objeto recém-adquirido perde rapidamente seu valor, dando lugar imediato a uma nova demanda (Alves; Liedke, 2022).

Por certo, o sofrimento não está necessariamente no ato de consumir, mas na tentativa de fazer do objeto uma resposta definitiva para uma falta que não pode ser eliminada. Não podemos, por exemplo, comprar afeto, reconhecimento ou pertencimento, ainda que determinados objetos possam simbolicamente representar essas experiências. A questão psicanalítica desloca-se, portanto, de “quanto consumir?” para “o que o sujeito busca quando consome?”. Essa mudança permite evitar tanto a moralização do consumo quanto a defesa de sua privação absoluta, colocando em questão a função que o objeto assume quando passa a ocupar o lugar de uma tentativa permanente de eliminar a falta.

Nessa perspectiva, torna-se importante sustentar o intervalo entre desejar e adquirir. Se a falta possibilita o desejo, eliminá-la imediatamente por meio do consumo pode impedir que o sujeito interrogue aquilo que efetivamente busca. Suportar o vazio da espera pode permitir distinguir o próprio desejo daquilo que lhe é apresentado como necessário. Castro (2025) demonstra que as plataformas algorítmicas organizam fluxos contínuos de interação, nos quais os comportamentos dos usuários são rastreados e utilizados para orientar novas ofertas e conteúdos, mantendo-os em circulação permanente. Nesse contexto, pode-se pensar a espera como uma possibilidade de interromper, ainda que momentaneamente, a resposta imediata àquilo que o mercado apresenta como necessário. Não se trata de estabelecer uma regra para o consumo, mas de criar um intervalo no qual o sujeito possa questionar o que busca no objeto antes de convertê-lo em aquisição. Sustentar esse intervalo significa admitir que o desejo pode permanecer em aberto, sem precisar ser imediatamente preenchido por uma mercadoria.

É nesse ponto que a discussão se aproxima da clínica psicanalítica. O trabalho do analista não consiste em oferecer ao sujeito uma resposta para sua falta, tampouco em determinar aquilo que deveria satisfazê-lo. A técnica constitui-se pela possibilidade da associação livre, explorando o simbólico e permitindo que conteúdos ainda não articulados possam encontrar formas de representação e elaboração por meio do processo analítico e da transferência (Castiel, 2010). Ainda de acordo com o autor, a clínica constitui-se como um espaço no qual aquilo que aparece inicialmente como repetição pode ser colocado em trabalho por meio da palavra, da transferência e da simbolização, ao destacar o papel da perlaboração.

> Diante da compulsão a repetição, Freud indica, em “Recordar, Repetir e Elaborar”, que a maneira como ela vai sendo colocada no registro da simbolização é através da perlaboração. Esta última tem estreita vinculação com a fixação da libido, no sentido de que a fixação se caracterizaria por uma inércia psíquica. Diante desse fenômeno, não adiantaria somente a superação da resistência do ego e sim, a perlaboração (Castiel, 2010, p. 27).

Dessa forma, a clínica pode oferecer condições para que aquilo que inicialmente aparece como repetição ou tentativa de preenchimento seja, por meio da perlaboração, interrogado e elaborado. Isso não significa que todo sofrimento possa ser transformado. Trata-se da possibilidade de que o sujeito encontre outros destinos para aquilo que o mobiliza, construindo formas de satisfação que não dependam exclusivamente da aquisição de objetos. A transformação não ocorre, portanto, pela substituição de um objeto de consumo por uma atividade considerada “melhor”, mas pela possibilidade de o sujeito estabelecer outra relação com seu desejo.

A partir dessa discussão, pode-se refletir sobre a possibilidade de um “ponto ótimo” na relação com o consumo, tornando-o não como uma quantidade ideal ou universal de objetos a serem adquiridos,

mas como uma posição singular diante da compulsão de consumir e da tentativa de eliminar completamente o consumo. Essa reflexão encontra aproximação com a formulação freudiana de um "ponto ótimo", retomada por Costardi e Endo (2013), segundo a qual é necessário considerar as condições específicas de cada situação, não havendo uma medida universal aplicável a todos. No contexto deste trabalho, trata-se de pensar a possibilidade de usufruir dos objetos sem fazer deles a promessa de completude, reconhecendo que a satisfação não depende da eliminação daquilo que permanece faltante. O desafio não seria eliminar o desejo ou encontrar o objeto capaz de finalmente satisfazê-lo, mas sustentar a falta e, ainda assim, encontrar satisfação nos objetos de consumo.

Portanto, a autonomia, nessa perspectiva, não consiste em deixar de consumir, mas em não ser capturado pela promessa de que o próximo objeto finalmente preencherá aquilo que constitui o sujeito como desejante. Encontrar esse "ponto ótimo" significa reconhecer a impossibilidade de uma satisfação completa sem transformar essa impossibilidade em sofrimento ou em uma nova demanda de consumo. Consistindo em sustentar o vazio da espera, interrogar o que se busca em cada objeto e permitir que a satisfação possa ser encontrada não na eliminação da falta, mas na possibilidade de desejar, elaborar e construir formas singulares de relação com os objetos.

Conclusão

A presente revisão permitiu compreender que a lógica contemporânea do consumo encontra, na própria constituição do sujeito pela falta, uma condição para sustentar a promessa de completude. Embora os objetos possam proporcionar satisfação e assumir diferentes funções simbólicas para o sujeito, nenhum deles é capaz de eliminar a falta estrutural ou produzir uma satisfação plena e definitiva. Nesse sentido, o discurso consumista transforma uma condição constitutiva do sujeito em uma promessa de preenchimento, mantendo o desejo articulado à busca contínua por novos objetos.

Os achados indicam, portanto, que o problema não está no consumo em si, mas na função que o objeto pode assumir quando passa a ser tomado como resposta definitiva para aquilo que falta. A repetição da busca por satisfação pode transformar o objeto em fonte de novas demandas e sofrimento, especialmente em um contexto no qual as plataformas digitais intensificam a circulação de imagens, ofertas e possibilidades de consumo. Assim, compreender o que o sujeito busca no objeto torna-se mais relevante do que estabelecer uma medida universal de quanto consumir.

Nesse processo, a clínica psicanalítica pode oferecer um espaço de escuta e elaboração no qual o sujeito tenha a possibilidade de interrogar sua relação com o desejo, com a falta e com os objetos que utiliza como tentativa de satisfação. O analista não ocupa o lugar de quem oferece uma resposta pronta para aquilo que falta ao sujeito, mas sustenta um espaço no qual experiências e conteúdos ainda não elaborados possam encontrar formas de expressão e simbolização. Nesse sentido, diante da repetição, a perlaboração constitui um processo pelo qual aquilo que insiste em retornar pode ser colocado em trabalho e progressivamente elaborado, favorecendo uma relação menos imediata com aquilo que se repete. A partir disso, aquilo que antes aparecia apenas como urgência de consumir pode ser colocado em questão, permitindo ao sujeito interrogar o sentido que o objeto assume em sua economia psíquica e reconhecer se aquilo que busca corresponde efetivamente ao seu desejo ou se responde a ideais e demandas incorporados em sua relação com o outro.

Ademais, a partir dessas considerações, pode-se refletir sobre a possibilidade de um "ponto ótimo" na relação com o consumo, não como uma quantidade ideal de objetos ou como uma fórmula universal, mas como uma posição singular diante da falta e da satisfação. Tal reflexão não implica eliminar o consumo ou o desejo, mas reconhecer os limites daquilo que os objetos podem oferecer. Sustentar a espera, interrogar o próprio desejo e elaborar aquilo que é colocado no objeto podem possibilitar uma relação menos capturada pela promessa de completude. Desse modo, a autonomia diante da lógica consumista não estaria em deixar de consumir, mas em reconhecer que nenhum objeto poderá finalmente preencher aquilo que constitui o sujeito como desejante, abrindo espaço para formas singulares de satisfação e para uma relação menos compulsiva com os objetos.

Referências

ALVES, André; LIEDKE, Lucas. Compro, logo existo? **Vibes em análise**, 11 maio 2022. Podcast. Disponível em: https://open.spotify.com/episode/5TtuStVMaaD68o2F3ZOsSX. Acesso em: 14 ago. 2026.

CASTIEL, Sissi Vigil. Sublimação e clínica psicanalítica. **Psicologia: Ciência e Profissão**, Brasília, v. 30, n. 1, p. 22-31, 2010. Disponível em: https://www.scielo.br/j/pcp/a/v5Hts59QFbwrMRBbnrqSjVm/. Acesso em: 15 ago. 2026.

CASTRO, Julio Cesar Lemes de. A economia libidinal da governança algorítmica. **Psicologia USP**, São Paulo, v. 36, e230163, 2025. Disponível em: https://revistas.usp.br/psicousp/pt_BR/article/view/235396. Acesso em: 15 ago. 2026.

COSTARDI, Gabriela Gomes; ENDO, Paulo Cesar. Ética da psicanálise, educação e civilização. **Estilos da Clínica**, São Paulo, v. 18, n. 2, p. 327-341, 2013. Disponível em: https://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-71282013000200008&lang=pt. Acesso em: 16 ago. 2026.

FREUD, Sigmund. Além do princípio de prazer (1920). In: FREUD, Sigmund. **Edição standard brasileira das obras psicológicas completas de Sigmund Freud**. Rio de Janeiro: Imago, 1996. v. XVIII, p. 5-79.

FREUD, Sigmund. A psicopatologia da vida cotidiana (1901). In: FREUD, Sigmund. **Edição standard brasileira das obras psicológicas completas de Sigmund Freud**. Rio de Janeiro: Imago, 1976. v. 6.

NASIO, J.-D. **Lições sobre os 7 conceitos cruciais da psicanálise**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2017.

PISETTA, Maria Angélica Augusto de Mello. A falta da falta e o objeto da angústia. **Estudos de Psicologia (Campinas)**, Campinas, v. 26, n. 1, p. 101-107, 2009. Disponível em: https://www.scielo.br/j/estpsi/a/ZfB5wVT9xwTWNyvcFZrfYjL/. Acesso em: 15 ago. 2026

QUINTELLA, Rogerio Robbe et al. A função do consumo na constituição do sujeito e sua relação com as compulsões: de Freud à atualidade. **Cadernos de Psicanálise**, Rio de Janeiro, v. 39, n. 36, p. 221-241, jan./jun. 2017. Disponível em: https://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-62952017000100012. Acesso em: 15 ago. 2026.

SILVA, Mardem; TEODORO, Elizabeth Fátima; COUTO, Daniela Paula do. Psicanálise e redes sociais: as dinâmicas de captura virtual do desejo e digitalização da subjetividade nas cenas do semiocapitalismo. **Pretextos – Revista da Graduação em Psicologia da PUC Minas**, Belo Horizonte, v. 9, n. 17, p. 422-442, 2024. Disponível em: https://periodicos.pucminas.br/pretextos/article/view/32678. Acesso em: 17 ago. 2026.

STARNINO, Alexandre. Sobre identidade e identificação em psicanálise: um estudo a partir do Seminário IX de Jacques Lacan. **DoisPontos**, Curitiba; São Carlos, v. 13, n. 3, p. 231-249, 2016. Disponível em: https://revistas.ufpr.br/doispontos/article/view/46901. Acesso em: 23 ago. 2026.

TEIXEIRA, Vanessa Leite; COUTO, Luís Flávio Silva. A cultura do consumo: uma leitura psicanalítica lacaniana. **Psicologia em Estudo**, Maringá, v. 15, n. 3, p. 583-591, jul./set. 2010. Disponível em: https://www.scielo.br/j/pe/a/pSw98rvx5VmLVpVqMwyjwKH/. Acesso em: 14 ago. 2026.