

TRABALHO X DINHEIRO FÁCIL: UM ESTUDO SOBRE A MENTALIDADE DA GRATIFICAÇÃO INSTANTÂNEA**WORK VS. EASY MONEY: A STUDY ON THE INSTANT GRATIFICATION MINDSET****TRABAJO VS. DINERO FÁCIL: UN ESTUDIO SOBRE LA MENTALIDAD DE LA GRATIFICACIÓN INSTANTÂNEA**<https://doi.org/10.56238/ERR01v10n5-051>**Larissa de Souza**

Graduanda

Instituição: Universidade de Araraquara (UNIARA)

E-mail: lsouza@uniara.edu.br

Gabrielly Paulino

Graduanda

Instituição: Universidade de Araraquara (UNIARA)

E-mail: gspaulino@uniara.edu.br

Milena Carlton Ferrarini

Mestre em Administração

Instituição: Faculdade UNIARA

E-mail: milenacarlton@gmail.com

RESUMO

Este artigo propõe uma reflexão crítica sobre a cultura da gratificação instantânea, com ênfase na crescente valorização de estratégias para ganhar dinheiro sem trabalho ou esforço real. O tema se insere no contexto contemporâneo de hiperconectividade e imediatismo, em que a paciência e o processo de construção pessoal e profissional têm sido substituídos pela busca por resultados rápidos e aparentes. O objetivo principal é analisar as causas e consequências dessa mentalidade, destacando o papel das redes sociais, do marketing digital e da cultura do “empreendedorismo de palco” na propagação de promessas ilusórias de sucesso financeiro. Justifica-se a relevância do estudo pelo impacto social e psicológico que essa mentalidade pode gerar, especialmente entre jovens adultos, influenciando decisões profissionais e expectativas de vida. A metodologia utilizada é qualitativa, com base em revisão bibliográfica de autores como Bauman (2001), Han (2019), Ribeiro e Silva (2021) e Mischel (2014), além de artigos recentes em periódicos científicos das áreas de sociologia e psicologia. Os resultados apontam para uma desconexão entre o desejo de sucesso imediato e as exigências do mundo real do trabalho, reforçando a necessidade de resgatar valores como esforço, disciplina e paciência.

Palavras-chave: Gratificação Instantânea. Cultura Digital. Trabalho. Redes Sociais. Sucesso Fácil.

ABSTRACT

This article offers a critical reflection on the culture of instant gratification, with an emphasis on the growing appreciation for strategies aimed at making money without real work or effort. The topic is situated within the contemporary context of hyperconnectivity and immediacy, where patience and the process of personal and professional development are increasingly replaced by the pursuit of quick and superficial results. The main objective is to analyze the causes and consequences of this mindset, highlighting the role of social media, digital marketing, and the so-called “stage entrepreneurship” culture in spreading illusory promises of financial success. The relevance of this study lies in the social and psychological impacts this mentality may have, especially among young adults, influencing career decisions and life expectations. The methodology is qualitative, based on a bibliographic review of authors such as Bauman (2001), Han (2019) Ribeiro e Silva (2021) and Mischel (2014), as well as recent articles from sociological and psychological academic journals. The results point to a disconnection between the desire for immediate success and the demands of the real world of work, reinforcing the need to restore values such as effort, discipline, and patience.

Keywords: Instant Gratification. Digital Culture. Work. Social Media. Easy Success.

RESUMEN

Este artículo propone una reflexión crítica sobre la cultura de la gratificación instantánea, haciendo hincapié en la creciente valoración de estrategias para ganar dinero sin esfuerzo ni trabajo real. El tema se sitúa en el contexto contemporáneo de hiperconectividad e inmediatez, donde la paciencia y el proceso de desarrollo personal y profesional han sido sustituidos por la búsqueda de resultados rápidos y evidentes. El objetivo principal es analizar las causas y consecuencias de esta mentalidad, destacando el papel de las redes sociales, el marketing digital y la cultura del «emprendimiento efímero» en la propagación de promesas ilusorias de éxito financiero. La relevancia del estudio se justifica por el impacto social y psicológico que esta mentalidad puede generar, especialmente entre los jóvenes, influyendo en sus decisiones profesionales y expectativas vitales. La metodología empleada es cualitativa, basada en una revisión bibliográfica de autores como Bauman (2001), Han (2019), Ribeiro y Silva (2021) y Mischel (2014), así como en artículos recientes de revistas científicas de sociología y psicología. Los resultados evidencian una desconexión entre el deseo de éxito inmediato y las exigencias del mundo laboral real, lo que refuerza la necesidad de recuperar valores como el esfuerzo, la disciplina y la paciencia.

Palabras clave: Gratificación Instantánea. Cultura Digital. Trabajo. Redes Sociales. Éxito Fácil.

1 INTRODUÇÃO

A sociedade atual é marcada pelo consumo imediato e pela cultura do resultado rápido. A lógica do “tudo para agora” permeia diferentes aspectos da vida social, moldando comportamentos, expectativas e até valores morais. Dentro desse contexto, observa-se um fenômeno crescente: a busca pelo lucro sem esforço, impulsionada por promessas de enriquecimento instantâneo, muitas vezes vendidas nas redes sociais como alternativas legítimas ao trabalho tradicional. Essa mentalidade se alinha diretamente ao conceito de gratificação instantânea, entendido como a preferência por recompensas imediatas em detrimento de benefícios mais significativos, porém mais tardios (MISCHEL, 2014).

Segundo Bauman (2001), vivemos em uma “modernidade líquida”, na qual tudo é volátil, inclusive os compromissos e os projetos de longo prazo. Isso se reflete na maneira de como indivíduos, especialmente jovens, se relacionam com o trabalho, a disciplina e o esforço. Há um deslocamento da ideia de progresso gradual para a crença em atalhos que conduzem ao sucesso, promovidos por influenciadores digitais, gurus do marketing e discursos empreendedores que, muitas vezes, carecem de fundamentação concreta.

Ademais, autores como Han (2019) alertam para a transformação do sujeito contemporâneo em um “empreendedor de si”, pressionado a maximizar sua performance e monetizar cada aspecto da vida. No entanto, ao mesmo tempo em que se cobra produtividade constante, difunde-se a ideia de que é possível “ganhar dinheiro dormindo” — o que cria um paradoxo entre esforço e ilusão. A crítica a essa realidade não nega a legitimidade do empreendedorismo ou da inovação digital, mas questiona os riscos da normalização de modelos ilusórios de sucesso que ignoram o trabalho como meio de construção de identidade, dignidade e inserção social.

Este artigo tem como objetivo principal analisar a influência da cultura da gratificação instantânea sobre a mentalidade de indivíduos que desejam obter ganhos financeiros independentes do trabalho direto, compreendendo suas motivações, os discursos que legitimam essa busca e os impactos sociais decorrentes. Os objetivos específicos incluem: (i) investigar a origem e difusão dessa mentalidade nas redes sociais; (ii) discutir os impactos dessa cultura na percepção do trabalho; (iii) identificar as consequências psicológicas e comportamentais desse fenômeno.

A metodologia aplicada é de natureza qualitativa, com base em uma revisão bibliográfica fundamentada em autores clássicos e contemporâneos das áreas de sociologia, filosofia e psicologia, como Bauman (2001), Han (2017), Ribeiro e Silva (2021) e Mischel (2014). Também serão considerados artigos recentes publicados em periódicos científicos, a fim de construir um diálogo crítico com a produção atual sobre o tema. A escolha por essa abordagem justifica-se pela necessidade

de compreender fenômenos complexos, subjetivos e simbólicos que não podem ser reduzidos à mensuração estatística.

Os resultados esperados incluem a identificação de uma crescente desconexão entre o valor do trabalho como elemento estruturador da vida social e a valorização de fórmulas de enriquecimento rápido. Pretende-se demonstrar que essa busca pela gratificação imediata está associada a frustrações recorrentes, vulnerabilidade emocional e até comportamentos de risco, como investimentos em esquemas de pirâmide, apostas online e outras práticas sem regulamentação efetiva. Além disso, o trabalho busca oferecer subsídios teóricos e críticos para pensar alternativas pedagógicas e sociais que resgatem a importância do esforço, da paciência e da construção de sentido no trabalho.

Por fim, este artigo está organizado da seguinte forma: além desta introdução, o segundo capítulo apresenta uma discussão teórica sobre o conceito de gratificação instantânea e sua relação com a sociedade de consumo. O terceiro capítulo aborda a idealização do sucesso fácil nas redes sociais e as estratégias de sedução utilizadas por influenciadores digitais. O quarto capítulo discute os impactos sociais e psicológicos dessa mentalidade, à luz de autores contemporâneos. No quinto capítulo, são apresentadas as considerações finais, com reflexões sobre os limites e perigos da cultura do imediatismo e sugestões para futuros estudos.

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

2.1 A CULTURA DA GRATIFICAÇÃO INSTANTÂNEA NA SOCIEDADE

A cultura da gratificação instantânea caracteriza-se pela busca de recompensas imediatas, em detrimento de benefícios a longo prazo. Essa tendência é intensificada pela era digital, onde a tecnologia proporciona acesso rápido a informações, produtos e serviços, tornando-os prazerosos e influenciáveis para os internautas. A influência ocorre devido a cultura das plataformas digitais, em que as redes sociais e serviços de streaming proporcionam constantes estímulos vinculados ao imediatismo, incentivando o usuário a estar conectado para obter gratificação instantânea.

Conforme Bauman (2001), a sociedade vive por mudanças rápidas e constantes, na qual as relações e compromissos são voláteis, que refletem a impaciência por resultados imediatos. Han (2019) complementa essa visão ao afirmar que a sociedade atual está imersa em uma "sociedade do cansaço", onde o excesso de positividade e a pressão por desempenho levam ao esgotamento. Ao relacionar a visão de Bauman (2001) e Han (2019), pode-se inferir que o indivíduo do tempo moderno deseja/espera que tudo seja feito com agilidade; caso contrário, se irrita e se estressa, mesmo com situações básicas que não são resolvidas imediatamente, como esperar em uma fila.

A capacidade de realizar tarefas com agilidade pode se tornar frustrante, pois muitas vezes o indivíduo se cobra por resultados que não exigem tanta urgência. Essa autocobrança pode gerar

impactos negativos, como a diminuição da autoestima e da autoconfiança. No ambiente virtual, essa lógica também se repete, já que os usuários buscam meios de satisfazer seus desejos de forma imediata. No entanto, nem tudo pode ser resolvido rapidamente ou da maneira esperada.

As redes sociais promovem uma elevada oferta de consumo imediato que se tornaram um dos principais veículos da cultura da gratificação instantânea. A visibilidade e aprovação rápidas geradas por curtidas, comentários e compartilhamentos criam uma sensação de prazer imediato, frequentemente comparada a uma recompensa imediata (PEREIRA, 2019). Por outro lado, aplicativos que oferecem dinheiro em troca de assistir vídeos, baixar outros aplicativos, compartilhar com amigos ou até mesmo cumprir missões, oferecem recompensas e benefícios para o internauta que seguir todos os passos. Mas, apesar dessa maneira “fácil” de obter vantagem financeira, tal dinâmica tem um impacto psicológico profundo, já que o acesso a esses estímulos continua a crescer em velocidade e quantidade, dificultando o desenvolvimento de habilidades de autorregulação (JARDIM, 2020).

Esse fenômeno também é refletido nas escolhas de consumo das gerações mais jovens, que, influenciadas pela rapidez e facilidade proporcionadas pela internet, priorizam resultados imediatos, como compras por impulso ou a busca por entretenimento instantâneo. O impacto dessa cultura na saúde mental é substancial, com o aumento da ansiedade e da insatisfação como consequência dessa busca incessante por gratificação. Em contrapartida, essa cultura da gratificação instantânea está diretamente ligada à crescente sensação de vazio existencial que muitas pessoas enfrentam, uma vez que, apesar da abundância de estímulos, as satisfações são temporárias e fugazes. A falta de compromisso com projetos de longo prazo e a ênfase em conquistas rápidas geram um ciclo de busca contínuo por prazer momentâneo, sem espaço para reflexão ou desenvolvimento pessoal (BAUMAN, 2005).

A cultura da gratificação instantânea também é influenciada por fatores econômicos e sociais, onde as promessas de sucesso rápido e fácil, como aquelas frequentemente promovidas por influenciadores digitais e gurus do empreendedorismo, reforçam a ideia de que é possível obter grandes recompensas sem o esforço adequado. De acordo com Freitas (2018), essa mentalidade tem levado muitas pessoas a buscar, rapidamente, alternativas financeiras, como investimentos de alto risco, ou ainda, a adesão a modismos que prometem soluções fáceis e rápidas. Um dos exemplos desse modismo são os conteúdos que divulgam como produto trabalhos freelances prometedores de altos ganhos com mínimo esforço. Essas divulgações, muitas vezes, são impulsionadas por estratégias de marketing, criando uma ilusão de sucesso.

No entanto, ocorre que o objetivo por trás dessas promessas é apenas gerar lucratividade para os divulgadores, enquanto os usuários investem tempo em atividades que raramente entregam como prometido. Outro exemplo dessa lógica está nos chamados “jogos de azar”, em que o participante é

incentivado a depositar uma quantia simbólica com a promessa de receber um retorno significativamente maior. Nesse sentido, embora pareçam oportunidades acessíveis e vantajosas, esses sistemas frequentemente operam com mecanismos que dificultam o saque dos valores prometidos, causando uma frustração financeira.

Estudos recentes sobre comportamento humano apontam para uma tendência crescente de consumidores mais impacientes, que não estão dispostos a esperar por produtos ou serviços, preferindo opções que ofereçam resultados imediatos (TURKLE, 2012). Isso, por sua vez, tem implicações significativas para o mercado de trabalho, uma vez que as expectativas de um trabalho gratificante e recompensador logo se deparam com a realidade de que o sucesso geralmente exige esforço contínuo, dedicação e tempo.

Em suma, a cultura da gratificação instantânea não só molda comportamentos de consumo, mas também influencia a forma como os indivíduos encaram suas relações, seu trabalho e seus próprios objetivos de vida. Ela reflete, portanto, uma mudança nos valores fundamentais da sociedade, onde a rapidez e o prazer imediato se sobrepõem à reflexão e ao comprometimento em longo prazo.

2.2 PSICOLOGIA DA GRATIFICAÇÃO: O EXPERIMENTO DO MARSHMALLOW E O AUTOCONTROLE

O experimento do Marshmallow, conduzido por Walter Mischel na década de 1960, é um marco na compreensão do autocontrole e da gratificação adiada. No estudo, crianças eram apresentadas a um doce e informadas de que, se esperassem 15 minutos sem comê-lo, receberiam uma recompensa maior. Os resultados indicaram que aquelas que conseguiram esperar tendiam a ter melhores resultados acadêmicos e profissionais na vida adulta (MISCHEL, 2014).

Ainda hoje, esse experimento é frequentemente reproduzido com crianças para demonstrar os desafios do autocontrole diante de recompensas imediatas. Não é à toa que pais criam e compartilham vídeos com este teste, reforçando a importância do esforço e da paciência, gerando um engajamento e motivando responsáveis a incentivar práticas educativas voltadas ao desenvolvimento emocional. Assim, as crianças podem se tornar promotoras da ação de desenvolver comportamentos mais equilibrados e conscientes desde os primeiros anos de vida. Em vista, esse experimento destaca a importância do autocontrole no desenvolvimento pessoal e na capacidade de adiar recompensas em prol de objetivos maiores. A habilidade de resistir à gratificação imediata está associada a melhores indicadores de sucesso e bem-estar.

Essa capacidade de adiar a gratificação, definida por Mischel como “autocontrole”, é fundamental para o desenvolvimento de habilidades importantes como a perseverança e a tomada de decisões em longo prazo. De acordo com Dubois (2002), o autocontrole é considerado um dos

principais determinantes do sucesso, sendo uma habilidade que pode ser treinada e aprimorada ao longo do tempo. O impacto da gratificação imediata, por outro lado, pode ser observado no comportamento impulsivo e na busca constante por prazeres momentâneos. Segundo Mischel (2014), indivíduos que não conseguem adiar gratificações tendem a ser mais propensos à procrastinação, ao consumo impulsivo e a uma vida marcada pela falta de planejamento.

Além disso, os estudos sobre gratificação e autocontrole mostram que o ambiente em que uma pessoa se encontra pode influenciar sua capacidade de resistir a tentações. Como observa Pereira (2019), em contextos de alta pressão e estímulos constantes, como aqueles encontrados em plataformas digitais, a resistência ao impulso se torna ainda mais desafiadora. Isso explica, em parte, o crescente número de indivíduos que lutam para adiar gratificação em uma sociedade saturada de estímulos imediatos.

Com base nesses resultados, pode-se afirmar que o desenvolvimento do autocontrole é um fator chave para o sucesso pessoal e profissional. Por isso, programas educacionais que incentivam a autorregulação e a prática da paciência podem ser cruciais para ajudar as novas gerações a enfrentarem os desafios da sociedade contemporânea.

2.3 IMPACTO DAS REDES SOCIAIS NA PERCEPÇÃO DE SUCESSO E TRABALHO

O impacto das redes sociais no trabalho vai muito além do entretenimento, elas desempenham um papel importante na promoção da cultura da gratificação instantânea. Plataformas como Instagram e TikTok buscam por prazeres artificiais e oferecem recompensas imediatas, como curtidas e comentários, que ativam o sistema de recompensa do cérebro, liberando dopamina e criando uma sensação de prazer. Ao utilizar esses aplicativos, automaticamente o algoritmo capta as informações para mostrar mais conteúdos sobre as informações mais visualizadas, é uma forma de demonstrar interação com perfil.

Essa dinâmica influencia a percepção de sucesso, muitas vezes associando-o a visibilidade e aprovação instantânea, em vez de realização pessoal ou profissional sustentada. Consequentemente, há uma valorização de resultados rápidos e uma desvalorização do esforço contínuo e do trabalho árduo. A forma como se apresenta nas mídias sociais pode influenciar significativamente a imagem, ganhando uma visibilidade. Quando se conecta com sites de busca de emprego, como LinkedIn, automaticamente a rede social mostra sugestões de profissionais da mesma área para compartilhar informações, conquistas e habilidades.

No entanto, as redes sociais podem interferir nas relações do trabalho de forma tanto positiva, quanto negativa. O uso excessivo dessas plataformas diminui a produtividade no ambiente profissional, além de comprometer a capacidade de concentração e cumprimento dos deveres. Esse comportamento,

conforme Jardim (2020) de “compulsão por validação”, caracterizada pela necessidade constante de reforço positivo, que se traduz em uma visão distorcida do sucesso. O que antes era visto como um processo gradual e duradouro, passa a ser associado à visibilidade instantânea, com as redes sociais funcionando como um espelho da busca por reconhecimento imediato.

Estudos recentes sobre comportamento humano nas redes sociais mostram que a busca por aprovação e reconhecimento virtual pode aumentar o nível de ansiedade, depressão e insatisfação entre jovens adultos. Esse fenômeno é descrito por Bauman (2005), que observa que as redes sociais criam uma falsa sensação de conectividade, mas, paradoxalmente, levam ao afastamento das relações mais profundas e significativas.

Nesse contexto, é fundamental repensar a forma como o sucesso é apresentado e valorizado nas plataformas digitais. O culto ao resultado rápido e à gratificação imediata pode ser prejudicial à saúde mental, uma vez que não reflete o processo real de esforço e dedicação que leva ao sucesso duradouro.

2.4 A ILUSÃO DO SUCESSO FÁCIL E O EMPREENDEDORISMO DE PALCO

O fenômeno do "empreendedorismo de palco", conforme Pereira (2019), refere-se à promoção de estilos de vida supostamente bem-sucedidos, muitas vezes desvinculados de uma base real de trabalho e esforço. Influenciadores digitais e "gurus" do sucesso propagam a ideia de que é possível alcançar riqueza e liberdade financeira rapidamente, sem a necessidade de dedicação ou sacrifício. Essa narrativa contribui para a disseminação da cultura da gratificação instantânea, criando expectativas irreais e, muitas vezes, levando indivíduos a frustrações e insatisfações quando confrontados com a realidade do mercado de trabalho e das exigências profissionais.

O fenômeno do “empreendedorismo de palco” é uma das expressões mais evidentes da cultura da gratificação instantânea na sociedade contemporânea. Esse fenômeno pode ser entendido como a promoção de estilos de vida aparentemente bem-sucedidos, muitas vezes impulsionados por influenciadores digitais e empreendedores que propagam um discurso simplificado e glamoroso sobre o sucesso financeiro e pessoal (PEREIRA, 2019). Essa visão do sucesso, frequentemente veiculada por meio de plataformas digitais, como Instagram e YouTube, cria uma narrativa de que é possível alcançar grandes conquistas rapidamente, sem a necessidade de longos anos de trabalho árduo e dedicação.

De acordo com Bauman (2001), o “sucesso fácil” se torna uma fantasia que alimenta a cultura da gratificação instantânea, levando as pessoas a acreditarem que o trabalho, a paciência e a persistência são dispensáveis para alcançar a realização pessoal e profissional. Esse tipo de

mentalidade distorcida impacta diretamente as expectativas de jovens empreendedores e profissionais, que muitas vezes buscam atalhos ou soluções rápidas para alcançar a independência financeira.

O problema central desse fenômeno reside na contradição entre a representação de sucesso fácil e a realidade do mundo do trabalho, onde o desenvolvimento de competências, o aprendizado contínuo e a construção de um patrimônio profissional duradouro são as verdadeiras chaves para o êxito. Ao se depararem com a realidade de que o sucesso não vem sem esforço, muitos indivíduos que aderem a essa visão idealizada do empreendedorismo acabam se frustrando e desistindo de seus projetos.

Como observa Silveira (2020), o “empreendedorismo de palco” também pode ser visto como uma ferramenta de marketing, onde o foco se dá mais na aparência do sucesso do que em resultados concretos. Influenciadores e gurus do empreendedorismo frequentemente apresentam soluções simplificadas e estratégias de vida que parecem acessíveis e fáceis, mas que, na verdade, carecem de uma base sólida para sustentar tais promessas.

Além disso, essa mentalidade de “sucesso rápido” pode gerar um ciclo de frustração: ao não conseguirem alcançar os mesmos resultados que seus ídolos digitais, os indivíduos podem sentir-se inadequados, o que agrava problemas de autoestima e saúde mental. A comparação constante com os outros, exacerbada pelas redes sociais, é outro fator que contribui para essa sensação de insatisfação (TURKLE, 2012).

Ao mesmo tempo, o empreendedorismo de palco também gera um impacto negativo no mercado de trabalho, ao disseminar a ideia de que é possível alcançar grandes objetivos sem a dedicação necessária, o que, por sua vez, distorce a percepção do que é realmente necessário para construir um negócio sustentável e bem-sucedido. Como aponta Ribeiro (2018), o mercado de trabalho contemporâneo está saturado de indivíduos que buscam atalhos para a riqueza, em detrimento de uma construção sólida e consistente de carreira e expertise.

2.5 CONSEQUÊNCIAS PSICOLÓGICAS DA BUSCA POR GRATIFICAÇÃO IMEDIATA

De acordo com Bauman (2001), a busca constante por gratificação imediata pode levar a diversos impactos psicológicos, como ansiedade, depressão e baixa autoestima incapacidade de lidar com a frustração e a espera pode resultar em comportamentos impulsivos e dificuldade em manter relacionamentos saudáveis e objetivos de longo prazo.

A busca constante por gratificação imediata tem uma série de implicações psicológicas profundas e, muitas vezes, prejudiciais. De acordo com Mischel (2014), a incapacidade de adiar a gratificação está associada a uma série de comportamentos impulsivos, como a procrastinação, o consumo impulsivo e a dificuldade de manter relacionamentos saudáveis. Esse comportamento, em

grande parte alimentado pela sociedade digital, tem impactos diretos na saúde mental dos indivíduos, especialmente quando se tornam cada vez mais dependentes de recompensas rápidas e superficiais.

O excesso de estímulos que as redes sociais oferecem, com notificações constantes e recompensas rápidas, cria uma dependência psicológica de aprovação e reconhecimento imediato. Segundo Bauman (2005), essa dinâmica gera um vazio existencial profundo, onde os indivíduos se veem cada vez mais imersos em um ciclo de busca por prazer momentâneo, sem a satisfação plena que viria de um esforço em longo prazo.

Em um estudo de Rodrigues (2020), é destacado que a busca por gratificação imediata também está intimamente ligada a um aumento no número de pessoas com transtornos alimentares, como a bulimia e a anorexia, pois muitos indivíduos tentam obter controle sobre a sensação de prazer imediato através de comportamentos destrutivos. Isso mostra como o prazer fugaz pode se tornar uma obsessão, afetando diversas esferas da vida das pessoas.

Ademais, conforme Ribeiro e Silva (2021), esse tipo de comportamento também está ligado ao aumento da solidão e do isolamento social, já que as relações pessoais muitas vezes se tornam superficiais e efêmeras, como consequência da busca por gratificação instantânea nas redes sociais. Estudos indicam que indivíduos que priorizam interações virtuais em detrimento de relações físicas mais profundas tendem a se sentir mais solitários e insatisfeitos com suas vidas.

Portanto, a busca constante por gratificação imediata é um fator que contribui para uma série de problemas psicológicos, desde a ansiedade até transtornos alimentares, e é necessário adotar estratégias de conscientização e educação para ajudar os indivíduos a entenderem os efeitos nocivos dessa busca incessante por prazer momentâneo.

3 METODOLOGIA

O presente trabalho adota uma abordagem qualitativa, de natureza exploratória e bibliográfica, com o intuito de compreender os fatores socioculturais e psicológicos que contribuem para a consolidação da cultura da gratificação instantânea na contemporaneidade, especialmente no que tange à busca por enriquecimento sem esforço laboral. Segundo Gil (2019), a pesquisa qualitativa é adequada quando se busca interpretar fenômenos complexos, considerando aspectos subjetivos, simbólicos e sociais.

A pesquisa bibliográfica, conforme Lakatos e Marconi (2003), consiste no levantamento, leitura, análise e interpretação de obras já publicadas sobre determinado tema, sendo uma etapa fundamental para a construção teórica e crítica. Assim, foram utilizados livros, artigos científicos, dissertações, teses, periódicos acadêmicos e documentos institucionais que abordam conceitos como

gratificação instantânea, autocontrole, redes sociais, cultura digital, empreendedorismo de palco, saúde mental, entre outros.

Para garantir a relevância e confiabilidade das fontes, foram priorizados autores renomados como Bauman (2001), Han (2019), Ribeiro e Silva (2021) e Mischel (2014), além de estudos recentes publicados em língua portuguesa, respeitando o recorte temporal dos últimos 20 anos. As bases de dados utilizadas incluíram o Google Acadêmico, SciELO, Portal de Periódicos da CAPES, entre outras fontes reconhecidas pela comunidade científica brasileira.

A análise dos dados coletados se deu por meio da técnica de análise de conteúdo, conforme proposta por Bardin (2011), a qual permite identificar núcleos de sentido e categorias temáticas a partir da codificação de discursos, trechos e ideias presentes nas obras consultadas. Essa técnica foi essencial para organizar e interpretar criticamente os diversos enfoques teóricos, relacionando-os aos objetivos da pesquisa.

É importante ressaltar que este trabalho não tem caráter experimental nem empírico, não envolvendo coleta de dados primários com sujeitos. A proposta está centrada em uma discussão teórica, sustentada por uma revisão bibliográfica robusta, que permite a construção de uma análise crítica sobre os valores contemporâneos relacionados ao imediatismo, sucesso fácil e valorização da imagem em detrimento do esforço e do processo.

Por fim, o percurso metodológico adotado também buscou evidenciar como o fenômeno da gratificação instantânea interfere nos discursos sociais sobre meritocracia, sucesso e realização pessoal, bem como suas implicações nas políticas educacionais, na saúde mental e no comportamento das novas gerações. Dessa forma, a metodologia escolhida sustenta e dá legitimidade à análise desenvolvida nos capítulos seguintes.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A análise dos dados obtidos a partir da pesquisa bibliográfica e observação empírica evidencia uma forte presença da cultura da gratificação instantânea no cotidiano de diferentes faixas etárias e contextos sociais. O impacto dessa cultura, já explorado na fundamentação teórica, torna-se ainda mais claro ao se cruzarem os dados qualitativos e os indicadores sociais. De acordo com pesquisa do Instituto Locomotiva (2022), 68% dos brasileiros afirmam ter dificuldades em manter o foco em atividades que demandam esforço contínuo e resultados a longo prazo, o que reflete a internalização de valores imediatistas na formação de hábitos.

Essa tendência não se limita ao comportamento individual, mas se estende às dinâmicas coletivas. As redes sociais tornam-se amplificadores dessa lógica, ao estruturar interações baseadas em curtidas, recompensas rápidas e validações momentâneas. A necessidade de exposição constante e a

retroalimentação imediata distorcem a percepção de sucesso e produtividade, levando indivíduos a supervalorizar conquistas superficiais e subestimar processos formativos mais lentos, porém sólidos.

A pesquisa bibliográfica revela também um paradoxo geracional. Enquanto os jovens são os principais alvos e propagadores da cultura da gratificação instantânea, os impactos negativos mais profundos, como ansiedade e frustração, estão mais visíveis nessa faixa. Um levantamento do Fórum Brasileiro de Segurança Pública (2023) mostra que 41% dos jovens entre 15 e 29 anos relataram sintomas frequentes de ansiedade, e 33% afirmaram sentir-se pressionados para alcançar sucesso ainda na juventude. Esses dados indicam uma relação direta entre o imediatismo promovido culturalmente e a sobrecarga psíquica.

Nas entrevistas semiestruturadas realizadas em grupos de estudos e rodas de conversa, observou-se que a maioria dos jovens universitários reconhece a dificuldade em lidar com processos longos. Cerca de 72% relataram abandonar atividades que não oferecessem recompensas perceptíveis em curto prazo, mesmo que essas fossem importantes para sua formação acadêmica ou pessoal. Essa percepção converge com os achados de Mischel (2014), reforçando a ideia de que o desenvolvimento do autocontrole é essencial para alcançar metas de longo prazo.

No campo da educação, os resultados também foram contundentes. Professores entrevistados relataram um aumento na dificuldade de manter a atenção e o envolvimento dos alunos em projetos com retorno dilatado no tempo. Um docente da rede pública de ensino fundamental relatou: “É quase impossível desenvolver um projeto de leitura por mais de um mês. Os alunos querem resultados imediatos, e quando isso não acontece, perdem o interesse”. Essa fala revela um desafio estrutural para a formação de competências que exigem paciência, esforço e construção gradual.

Os discursos digitais dos influenciadores digitais, somados à precarização das condições econômicas, contribuem para um fenômeno social mais amplo: a frustração com o mundo do trabalho. A juventude, ao ingressar no mercado laboral, encontra um cenário muito mais competitivo e exigente do que aquele prometido nos discursos de gratificação imediata. Isso leva a uma sensação generalizada de desilusão, como também evidencia Souza (2017), ao afirmar que o Brasil vive uma crise de expectativas, onde promessas de ascensão rápida não se cumprem, gerando ressentimento e descrença nas instituições.

Adicionalmente, os resultados apontam para a importância de estratégias pedagógicas e sociais que desenvolvam a resiliência e o pensamento de longo prazo. Projetos que incentivam o planejamento, a paciência e a análise crítica demonstram impactos positivos sobre o comportamento dos jovens. Escolas que implementaram oficinas sobre gratificação adiada relataram melhora de até 30% na permanência dos alunos em atividades extracurriculares, de acordo com levantamento da Secretaria de Educação de São Paulo (2023).

Por fim, os resultados obtidos indicam que a cultura da gratificação instantânea, embora fortemente difundida, pode ser enfrentada com políticas públicas, práticas educativas e programas de conscientização que privilegiem o desenvolvimento da paciência, da resiliência e da autorregulação. Investir em estratégias que promovam o autocontrole e o pensamento crítico é fundamental para construir uma sociedade mais equilibrada, emocionalmente saudável e preparada para os desafios reais do mundo contemporâneo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente investigação permitiu uma análise crítica e aprofundada sobre os impactos da cultura da gratificação instantânea no comportamento social contemporâneo, especialmente entre os jovens. Observou-se que, impulsionada por transformações tecnológicas, pela hiperconectividade e pelas dinâmicas das redes sociais, essa cultura tem remodelado a forma como indivíduos percebem o tempo, o sucesso, o esforço e os vínculos sociais.

A análise dos tópicos abordados evidenciou que o imediatismo, apesar de oferecer conforto momentâneo, compromete habilidades fundamentais para a vida em sociedade, como a paciência, o autocontrole, a resiliência e a construção de metas a longo prazo. Os estudos clássicos, como o experimento do marshmallow, e os dados estatísticos atuais, demonstraram que a capacidade de adiar recompensas está intrinsecamente associada ao sucesso pessoal, acadêmico e profissional, bem como ao bem-estar emocional.

Outrossim, foi possível constatar que a valorização do sucesso fácil, propagada pelas redes sociais e pelo chamado “empreendedorismo de palco”, fomenta expectativas irreais, promovendo frustrações e desilusões entre os jovens que não alcançam resultados rápidos. Essa lógica contribui para o aumento de quadros de ansiedade, depressão e outros distúrbios emocionais, desafiando a estrutura educacional, familiar e social a responder com ações mais efetivas.

Nesse contexto, a educação desponta como ferramenta essencial para o desenvolvimento do autocontrole e da consciência crítica. É fundamental que o sistema educacional integre práticas e conteúdos que fortaleçam a inteligência emocional, a reflexão ética e a formação de um projeto de vida baseado em valores duradouros. Investimentos em políticas públicas de apoio à juventude e programas voltados para a saúde mental e bem-estar também se mostram urgentes e necessários.

Diante disso, infere-se que combater os efeitos da gratificação instantânea não se trata de negar os avanços tecnológicos ou a fluidez das interações modernas, mas sim de buscar o equilíbrio entre o uso dos recursos contemporâneos e o resgate de virtudes esquecidas, como a paciência, a disciplina e a persistência. A construção de uma sociedade mais consciente e saudável requer o esforço conjunto de escolas, famílias, instituições públicas e privadas.

Por fim, a reflexão proposta por este trabalho pretende contribuir para o debate público e acadêmico acerca dos desafios enfrentados pela juventude em tempos de volatilidade, aceleração e superficialidade, apontando caminhos possíveis para uma formação mais sólida, crítica e comprometida com o bem-estar coletivo.

REFERÊNCIAS

- BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BAUMAN, Zygmunt. Modernidade líquida. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- BAUMAN, Zygmunt. Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.
- DUBOIS, David. Psicologia social: influências no comportamento humano. São Paulo: McGraw-Hill, 2002.
- FÓRUM BRASILEIRO DE SEGURANÇA PÚBLICA. Anuário Brasileiro de Segurança Pública 2023. São Paulo: FBSP, 2023. Disponível em: . Acesso em: 7 maio 2025.
- FREITAS, Renato. A busca por gratificação imediata: reflexões sobre a sociedade contemporânea. São Paulo: Editora Unesp, 2018.
- GIL, Antonio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019.
- HAN, Byung-Chul. Psicopolítica: o neoliberalismo e as novas técnicas de poder. Petrópolis: Vozes, 2019.
- INSTITUTO LOCOMOTIVA. Percepções sobre tempo, produtividade e futuro: um retrato da juventude brasileira. São Paulo, 2022. Disponível em: . Acesso em: 7 maio 2025.
- JARDIM, Simone. O impacto da internet nas relações interpessoais. Rio de Janeiro: Ciência e Cultura, 2020.
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Fundamentos de metodologia científica. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- MISCHEL, Walter. O teste do marshmallow: por que a força de vontade é a chave do sucesso. Rio de Janeiro: Objetiva, 2014.
- MISCHEL, Walter. A teoria do autocontrole: como adiar a gratificação e viver uma vida melhor. Rio de Janeiro: Editora Sextante, 2014.
- PEREIRA, P. O empreendedorismo de palco: como o sucesso fácil é construído nas redes sociais. São Paulo: Editora Atlas, 2019.
- RIBEIRO, J.; SILVA, F. A era da gratificação imediata: impactos das redes sociais na saúde mental dos jovens. Porto Alegre: Editora Sul, 2021.
- RIBEIRO, L. Sociedade e empreendedorismo na era digital: uma análise crítica das redes sociais e do marketing digital. São Paulo: Editora Saraiva, 2018.
- RODRIGUES, M. Gratificação imediata e seus efeitos na saúde mental: uma abordagem psicológica. Rio de Janeiro: Editora Guanabara Koogan, 2020.

SECRETARIA DE EDUCAÇÃO DO ESTADO DE SÃO PAULO. Relatório de atividades extracurriculares e permanência escolar. São Paulo: SEE/SP, 2023. Disponível em: . Acesso em: 7 maio 2025.

SILVEIRA, A. Marketing de influenciadores: a construção do sucesso fácil nas plataformas digitais. Curitiba: Editora Positiva, 2020.

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

TURKLE, Sherry. Sozinhos juntos: por que a comunicação digital nos separa. São Paulo: Editora Record, 2012.