

**COLÉGIO OFÉLIA FONSECA**  
**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**COMPULSÃO E CONSUMISMO NA SOCIEDADE BRASILEIRA**

Giulia Palaia Marinelli

São Paulo - SP  
2020

Giulia Palaia Marinelli

**COMPULSÃO E CONSUMISMO NA SOCIEDADE BRASILEIRA**

**Trabalho de Conclusão de Curso apresentado  
no Colégio Ofélia Fonseca como requisito  
básico para a conclusão do Ensino Médio.**

**Orientador (a): Paula Camargo**

São Paulo-SP  
2020

## RESUMO

Este TCC visa refletir sobre a associação do consumismo com o compulsivo como uma compulsão, relacionando os mecanismos internos e externos que colaboram para que a compulsão se torne cada vez mais frequente na sociedade contemporânea.

A pesquisa e o aprofundamento sobre assunto permitiu um maior autoconhecimento. As principais bases do embasamento teórico foram o livro *Os delírios de consumo de Becky Bloom* (2000) da autora inglesa Sophie Kinsella e também o psiquiatra e coordenador do Grupo Interdisciplinar de Álcool e Drogas do Instituto de Psiquiatria do Hospital das Clínicas, André Malbergier.

Essa produção me permitiu aprofundar um assunto que interage com o meu psicológico de maneira direta e também a lidar em experiências reais e pessoais, que envolve a compulsão consumista.

## ABSTRACT

This thesis aims to profound the knowledge of consumism as a compulsion, relating the inner and outer mechanisms that collaborate for the compulsion to become even more frequent in our current society.

The research and deepening about the subject allows a bigger self knowledge. The main bases of the research are from the author from the book "Confessions of a Shopaholic" (2000), Sophie Kinsella and also the psychiatrist e coordinator of the Group Interdisciplinary of Alcohol and Drugs of the Institute of psychiatry from Hospital das Clínicas, André Malbergier.

This production allowed me to deepen my knowledge of this subject, that interacts with my psyche in a direct manner and also be able to handle my perseverance experiences, that involve compulsive consuming

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente gostaria de agradecer a toda equipe docente do Colégio Ofélia Fonseca que me acolheu em uma nova etapa da minha vida acadêmica.

Minha orientadora neste TCC, professora Paula Camargo, que vem me incentivando e me fazendo nunca desistir. Sua presença foi essencial para que eu pudesse concluir a minha pesquisa de maneira prazerosa. Sempre disposta e empenhada, me auxiliou para a qualidade das pesquisas.

Agradecer também a minha professora de Literatura e TCC, Tatiane Reghini Mattos, que foi essencial para a execução desse projeto. Uma pessoa brilhante e que me fez acreditar cada vez mais em mim mesma. Em momentos difíceis, era ela que se mostrava aberta e super atenciosa.

Minha família materna que sempre esteve presente e me apoiando independentemente da situação ou decisão. O apoio e motivação fizeram de mim uma pessoa capaz de concluir mais uma etapa importante da minha vida.

Gostaria de agradecer também aos meus amigos e colegas, em especial Nathalia Garozzo Maldonado e Giovana Mattos Barrientos que sempre estiveram presentes em momentos difíceis da minha vida tanto pessoal (emocional) quanto acadêmica. Me trouxeram motivação e alegria para que eu pudesse me empenhar cada vez mais e nunca desistir. Seus apoios emocionais foram essenciais para a minha conclusão acadêmica e vencimento dessa nova etapa que está para se encerrar em breve.

## SUMÁRIO

<b>RESUMO</b>	<b>3</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>3</b>
<b>AGRADECIMENTOS</b>	<b>4</b>
<b>SUMÁRIO</b>	<b>5</b>
<b>CONSIDERAÇÕES INICIAIS</b>	<b>5</b>
<b>CAPÍTULO I - Os oneomaníacos</b>	<b>7</b>
<b>CAPÍTULO II - Os shopaholics</b>	<b>11</b>
<b>CAPÍTULO III - Circuito de recompensa a superar</b>	<b>16</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>21</b>

## CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Ao tentar relacionar o consumo às doenças psíquicas, podemos analisar se o consumismo pode afetar na parte psicológica e também como o nosso psicológico nos leva ao consumismo.

Vivemos em uma sociedade de consumo na qual grande parte desencadeia um consumo compulsivo que vem aumentando cada vez mais. O uso e a disponibilidade de novas fontes e maneiras de consumir, acabam deixando isso ainda mais evidente. Ao facilitar essas maneiras, tende-se a consumir mais e mais. Hoje em dia, temos tudo na palma de nossas mãos, isto é, compramos tudo com apenas um click ou vamos em uma loja e passamos o cartão e nem se quer entramos em contato com o dinheiro. Isso faz com que os gastos aumentem pois muitas vezes não temos noção do dinheiro que está entrando e saindo das nossas contas bancárias. O endividamento e o consumo excessivos são um dos principais motivos desencadeadores de uma doença psicológica: a compulsão.

Muitas pessoas estão se tornando cada vez mais compulsivas na nossa sociedade contemporânea e este quadro, agravado, desperta e exige atenção, também devemos lembrar que existem inúmeras maneiras de compulsão que estão diretamente ligadas ao consumismo. A maioria dos casos está ligada à questão do consumo por compras, adquirir algo material para suprir algo que muitas vezes não é material.

Somos completamente impulsionados a comprar. As novas tecnologias de propaganda deixam esse comportamento ainda mais aguçado, causando ainda mais a ideia de prazer em consumir. Devemos lembrar que quem possui problemas psicológicos e sentem uma certa abstinência de algo em sua vida, tende ser o alvo principal do de quem instiga o consumo.

É justamente por ter vivenciado a compulsão por compras que eu escolhi esse tema para o meu TCC. Ter um histórico familiar diretamente relacionado à compulsão e o ato de consumir, possuir traumas pessoais que também desencadearam em mim mesma o ato de consumir em excesso. O fato de nunca

estar completamente suprida, teoricamente, me gera um certo incômodo desde então, fazendo com que eu compre sem parar coisas materiais apenas para repor a falta de algum sentimento interno e alimentar a minha angústia. Estar disposta a consumir acaba criando de, alguma maneira, um ar de libertação e alívio.

Estar ciente de que tenho uma válvula de escape para retirar os sentimentos que me consome internamente é algo que me traz uma sensação boa e de tranquilidade. Tirar a angústia de dentro de mim, sabendo que tem algo que vai me livrar de tudo de ruim é uma das principais razões que fizeram que isso se tornasse frequente dentro de mim.

Ter meios que nos possibilitam de consumir cada vez mais, faz com que esse "escape" se torne cada vez mais ordinário na sociedade contemporânea.

## **CAPÍTULO I - Os *oneomaníacos***

Compras por impulso, gastos acima das possibilidades, aquisições de produtos repetidos sem necessidade, irritação com a impossibilidade de compra, prejuízos financeiros em decorrência do excesso de gastos e sentimentos de culpa após o consumo. Essas são algumas das sensações e consequências que se tornam sintomas característicos de um comprador compulsivo. De acordo com André Malbergier, psiquiatra e coordenador do Grupo Interdisciplinar de Álcool e Drogas do Instituto de Psiquiatria do Hospital das Clínicas

Com base em estudos americanos, o comprar compulsivo só passou a ser tratado como doença recentemente. Considera-se que uma pessoa é compradora compulsiva quando, em determinado momento, começa a contabilizar prejuízos financeiros, pessoais e de relacionamento provocados pelo descontrole nas compras. (MALBERGIER, 2011)

A principal característica que difere o comprar por necessidade e o comprar compulsivo é a desvinculação entre o que se compra e o que é necessário. Muitas pessoas dominam esse comportamento como consumismo. Outras chegam a falar em um transtorno específico da compulsão por compras: oniomania.

O comportamento compulsivo se caracteriza por uma pressão interna que, em determinadas situações, faz com que a pessoa se sinta impelida, tomada por desejo muito forte de realizar uma ação que gera prazer principalmente nos estágios iniciais, mas que depois provoca sentimento de culpa e mal-estar. (MALBERGIER, 2011)

O comportamento causado pela a ansiedade desencadeada pela necessidade de compra, saciada apenas quando a aquisição do produto acontece.



De acordo com Sylvio Ferreira, do Departamento de Psicologia da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), "O comprar compulsivo é uma espécie de círculo vicioso: quanto maior a ansiedade, maior o desejo de compra, quanto mais se compra, maior é o desejo de consumo". Nota-se que a onimania parte do mesmo princípio da compulsão alimentar, ou seja, é considerada uma neurose causada pela repetição de um ato impulsivo.

O comportamento de um comprador compulsivo está relacionada ao desejo de preencher vazios, insatisfações com a vida, na tentativa de amenizar sentimentos de angústia, o consumo é realizado repetidamente. "A psicanálise explica que o desejo compulsivo pelo consumo é um apelo inconsciente para a compensação de um vazio. Uma busca imediata para compensar uma carência afetiva", diz o psicólogo Sylvio Ferreira. Em concordância, Malbergier coloca que a pessoa compulsiva "Cede sempre, em especial se estiver dominado por sentimentos negativos, entristecidos, com baixa autoestima e dificuldade de relacionamento." (MALBERGIER, 2011)

No entanto, o ato de comprar propõe ao comprador um prazer momentâneo, isso porque em pouco tempo percebe-se que os problemas permanecem, junto com um sentimento de culpa e arrependimento, além da preocupação em como pagar ou resolver as consequências do tal descontrole financeiro. Pessoas que desenvolvem o transtorno são eternos insatisfeitos e estão sempre ansiosos pela próxima compra, no caso pela próxima possibilidade de obter prazer

A consultora em finanças e autora do livro *Virada Financeira*, Patricia Lages (2015), explica que o fato de vivermos em uma sociedade do consumo tende a "glamourizar" os excessos, assim o ter está mais acima do que o ser. A velocidade com que as coisas ficam ultrapassadas também colabora para que o consumo seja ainda mais frequente. Quando sai um modelo de celular novo, por exemplo, todos os itens que o antecederam se tornam ultrapassados, mesmo que tenham sido comprados recentemente ou em poucos meses. Logo, você se torna o que possui. O uso do cartão de crédito é super-valorizado, assim como o estímulo desgovernado de consumir.

Diferente do consumidor consciente, o consumidor compulsivo não consegue parar de pensar em sua ansiedade que vai embora ao consumir ou comprar algo sem necessidade. Se endivida e acaba escondendo da família e de pessoas próximas apenas para não receber críticas do ato cometido, mergulha em uma autodefesa de negação, com total dificuldade de se reconhecer como um consumidor compulsivo.

Algumas ações devem ser um alvo de atenção, tais como: as sensações de impulsos incontroláveis por compras, ditos como insuportáveis ou irresistíveis, que não conservam sentido em termos da necessidade do que foi adquirido; comportamentos de comprar frequentemente diretamente ligado à falta da necessidade de efetuar a tal compra; relação direta entre o comprar e a ansiedade; a interferência do comprar na vida, gerando prejuízo social, perda de tempo, frustrações, problemas financeiros, entre outros inúmeros problemas.

Um exemplo está no livro de ficção *Os delírios de consumo de Becky Bloom* (2000) da autora inglesa Sophie Kinsella, o qual foi transformado em filme em 2009 devido a sua enorme repercussão.

Muitas pessoas começaram a se identificar com a personagem principal, Rebecca Bloomwood, mais conhecida como Becky Bloom. A história se baseia na vida da protagonista, que é uma jornalista sonhadora que tem um compulsão por compras. Ela sempre foi apaixonada por moda e acompanhava as tendências, contudo, trabalhava em uma revista falida. Chega a conseguir uma entrevista em uma editora renomada na qual sempre sonhou em estar, porém acaba descobrindo que a sua vaga foi preenchida por outra pessoa. Por uma ironia, consegue um emprego em uma revista de finanças. Por ser uma mulher dedicada e esforçada, ela vê essa oportunidade como uma forma de alcançar seu sonho de trabalhar no ramo da moda. Becky acaba escrevendo sobre finanças pessoais, passando de uma forma mais simples os assuntos complexos sobre economia, sempre se baseando em suas trágicas experiências. Seus textos começam a fazer muito sucesso e ela acaba ficando conhecida como a "Garota da Echarpe Verde".

O que podemos concluir com esse filme é que Rebecca representa grande parte da nossa sociedade. Ela simboliza todas aquelas pessoas que perdem o controle na hora de comprar alguma coisa, tornando-se refém do consumismo.

A mídia, muitas vezes, se torna uma espécie de "gatilho" e acaba proporcionando a tal "necessidade" dos produtos em nossas vidas, intensificando assim um ciclo vicioso de consumo. O intuito na maioria das vezes é fazer com que a informação de tal produto chegue até as pessoas para que as mesmas reflitam se deve ou não adquirir o que está sendo anunciado. Isso pode ser visto em diversos meios como as redes sociais, intervalos comerciais, jornais, folhetos, entre outros.

A cultura do consumo, na qual estamos todos inseridos, alienou dimensões sociais que, conseqüentemente, estamos cada vez endividados, comprando além do que podemos e ganhamos. De acordo com uma pesquisa realizada pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC), roupas, calçados, eletrônicos são os maiores objetos de consumo e gerador de conflitos financeiros das pessoas, uma vez que esses produtos proporcionam um certo status. Diante desta realidade, percebemos uma acomodação dos nossos desejos, pessoas com condições financeiras distintas querendo o mesmo produto, isso conseqüentemente gera sérios problemas, muitos deles gerado por modelos e padrões apresentados pela mídia, como os gastos e hábitos de pessoas com poder aquisitivo superior do que a maioria da sociedade.

Não podemos negar que as relações comerciais e as publicidades façam parte do nosso cotidiano, pois é um fator crítico importante para o desenvolvimento econômico, e aquece o mercado, impulsiona os meios de produção (oferta e demanda), gerando renda e empregos.

Porém, as pessoas mais afetadas por essa situação, muitas das vezes, estão com algum tipo de problema emocional/psicológico e precisa "descontar" em algo. Sendo assim, essas acabam indo às compras, que conseqüentemente, acabam dando uma certa saciedade após o ato.

Vivemos em um mundo ainda mais impulsionado a ter a doença oniomania, uma vez que andamos cada dia mais ansiosos e, além disso, estamos num universo onde tudo está cada dia mais fácil de ser adquirido.

## **CAPÍTULO II - Os *shopaholics***

A origem da tendência de compulsão pelo ato de comprar tem suas origens à centenas de anos. Com o avanço da produção e do desenvolvimento das técnicas, houve um grande distanciamento entre as pessoas e o conhecimento em relação a tudo relacionado à produção das muitas etapas dos processos produtivos, das condições de trabalho que estão por trás de cada mercadoria que só temos acesso ao produto final.

Para entender como isso se deu, basta pensar o quanto você conhece, por exemplo, dos processos de produção das coisas que você compra. A alienação é a principal dimensão do consumismo, está na base da compra desvinculada da necessidade e do desconhecimento em relação ao valor de compra e de uso. Ainda discutindo a história da tendência consumista, podemos destacar a vinculação da possibilidade de comprar ao poder, já que, por muitos anos, o consumo era privilégio de classes mais ricas ou até mesmo dos homens livres, historicamente uma minoria pois o que se predominava era a população escrava e trabalhadora.

Diante da Revolução Industrial na Inglaterra, XVIII, o consumo veio por conta do aumento das demandas, do aumento da capacidade de produção das máquinas, intensificados também por novas tecnologias, como meios de transporte e comunicação que permitiram maior facilidade no ato de consumir, já a burguesia tinha mais acesso a essas novas evoluções, mais acesso aos comércios e suas mercadorias, sendo assim, eram os que mais consumiam. Recorrente desse fato, a burguesia tinha mais meios que facilitava o consumo, o dinheiro e as riquezas eram utilizados para efetuarem as trocas pelas mercadorias desejadas.

Dentro deste contexto, é possível compreender a origem dessa maneira de consumir; uma vez que se as indústrias produzem, a consequência seria ganhar dinheiro com a venda de seus produtos.

Passados alguns séculos, a criação dos shopping influenciou no consumismo compulsivo,

Na verdade, os shoppings favorecem esse tipo de comportamento pelo número e diversidade de lojas que oferecem agrupadas num mesmo espaço. Além disso, contar com cartões de crédito e poder parcelar os pagamentos funcionam como atração e incentivo para novas compras. (MALBERGIER, 2011)

As transformações socioculturais têm nos mostrado uma cultura do consumo se tornando cada vez mais frequente. Sendo assim, tudo ao seu redor pode ser tornar uma espécie de influência direta ou de lhe provocar o desejo, ou seja, você pode simplesmente ser influenciado por uma mera propaganda que foi posta no seu *Instagram* ou durante o intervalo de sua novela. O alcance de seus desejos seria uma maneira de você sempre estar querendo atingir o que está no auge da moda, tecnologia, entre outros motivos.

O consumo pode se tornar um refúgio dentro do seu psicológico. Consumir muitas vezes, acaba aliviando os sentimentos causados pela ansiedade, depressão, traumas, doenças entre outros. Gatilhos podem ser formados e gerados a partir da sociedade em que vivemos atualmente. Cobranças externas e autocobranças estão se tornando cada vez mais constantes, e muitas vezes o que era para ajudar a aliviar o sentimento de vazio, por exemplo, acaba se tornando algo muito maior que vai te "consumir" e te desgastar ainda mais por conta dos problemas recorrentes que podem ou não ser causados pelo excesso de consumo.

São inúmeras possibilidades que nos levam a consumir em excesso. As compras podem acabar assumindo um papel em remediar as carências, por exemplo, e cria-se, então, uma ligação com a frustração, lembrando que consumo compulsivo pode comprometer desde o equilíbrio emocional até o orçamento familiar. Diante da possibilidade financeira de adquirir um produto, a ansiedade de tal pode ficar cada vez mais intensa e piorar ao longo do tempo. Outra motivação para o consumo são as dificuldades de relacionamento que podem ser um gatilho na hora a compulsão, como resultado de situações nas quais as pessoas se sentem frágeis e vulneráveis, essas podem estar tentando preencher vazios mais complexos, apoderando-se de objetos, roupas, sapatos. Já que esses não as rejeitam e nem decepcionam.

Os *shopaholics* (cuja equivalência do termo em português é "viciados em compras") compram muito e nunca se sentem devidamente saciados, o que os excita é o ato de comprar e muitas vezes não o próprio objeto comprado.

Em muitos casos, basta sair da loja para se sentir arrependido e em outros casos até mesmo culpado. Outra característica típica do consumidor compulsivo é ter um certo "tipo" de objeto mesmo sem a intenção de colecionar. Em alguns casos, o compulsivo acaba esquecendo que andou comprando freneticamente. No geral, pessoas que não conseguem se controlar dentro de um ambiente que tende a impulsionar o cliente a comprar, comumente possuem outros problemas particulares que estão muitas vezes diretamente ligados ao psicológico e à auto-estima. em entrevista com Malbergier dados coletados nos mostram que entre 60% e 70% das mulheres com compulsão por compras apresentam algum tipo de sintoma relacionado à depressão.

A diferença entre sexos também é algo a ser observado a partir do comportamento de ambos, sendo assim, claramente um lado tende a ser mais intenso em relação ao consumismo, sendo ele, as mulheres. O psiquiatra afirma que

Observa-se que de 90% a 95% dos compradores compulsivos são mulheres. Alguns estudos mostram que elas têm a chamada dependência de shopping center, caracterizada por problemas com compras, com comida e cleptomania, uma vez que também fazem pequenos furtos. Os comportamentos compulsivos dos homens estão mais ligados à adição de álcool, de drogas e ao sexo. Essa diferença provavelmente pode ser atribuída a aspectos culturais, pois biologicamente não teríamos como explicá-la, já que toda a ação ou fisiopatologia da doença está associada ao circuito da recompensa que, em teoria, é igual nos dois sexos.(MALBERGIER, 2011)

Esta é uma doença que os psiquiatras classificam como "dependência de comportamento" e cujo tratamento se baseia em psicoterapia, através da qual o paciente é ajudado a entender como a relação de dependência se iniciou. Léa

Michaan, psicanalista, afirma que gastar dinheiro em compras pode tornar-se um vício, explicando que

A compulsão é um impulso para aliviar a falta de algo e no instante em que adquirimos alguma coisa sentimos um pequeno alívio, mas o que nos falta de verdade (...) é sim algo de outra ordem: talvez intelectual, afetiva, produtiva, profissional, sensitiva, desenvolvimento emocional, mental, etc. Porém, como não entramos em contato com nós mesmos, não sabemos o que é que nos falta. E, assim, caímos na armadilha de comprar compulsivamente. Isto acontece porque quando tocamos em algo desejado o nosso organismo liberta momentaneamente uma pequena quantidade da hormona do prazer (serotonina) e isto traz um breve prazer no qual podemos viciar-nos. Assim como fumar, consumir drogas, álcool, jogar, etc. (MICHAAN, 2013)

Um estudo publicado em 2012 na revista científica *Annals of Clinical Psychiatry*, e levado a cabo por investigadores de Minnesota, nos EUA, revela a memantina (uma substância atualmente usada para o tratamento de portadores de Alzheimer) como possível tratamento em casos de pessoas que sejam diagnosticadas como compradoras compulsivas.

Durante esta investigação, nove pessoas receberam doses dessa substância durante um período de oito semanas, tendo apresentado, em média, uma diminuição de metade dos seus sintomas de compulsão. André Felício, neurologista, explica que são necessários estudos mais abrangentes, mas afirma que esta investigação pode ser o pontapé de partida para que a memantina comece a ser considerada no tratamento de casos de compulsão por compras. Contudo, o neurologista explica que, apesar do estudo ter sido realizado com compradores compulsivos, o desenvolvimento de um medicamento trataria, muito provavelmente, outras dependências de comportamento. *“Seria pouco provável que a medicação fosse lançada para apenas um tipo de patologia do controlo do impulso, já que todas elas têm um fundo neuropsiquiátrico e neuroquímico semelhante”*, afirma o neurologista (2015).

No entanto, os especialistas não se mostram crentes no fato de que o tipo de tratamento aplicado aos pacientes se alteraria com a existência de um medicamento. Aderbal Vieira Júnior (2015) psiquiatra, esclarece que “a dependência é um comportamento que tem história, tem um sentido, um propósito, não é um “fusível” que quebrou no cérebro e a pessoa faz essa coisa porque a sinapse dela adoeceu; a dependência é uma relação que você estabelece com alguma coisa, por isso, a espinha dorsal do tratamento é a psicoterapia”.

Léa Michaan (2014) afirma que já atendeu diversos pacientes que não conseguiam controlar os seus gastos, tendo recebido uma compradora compulsiva que

(...) curou-se da compulsão conforme pude apresentá-la a si mesma. Ela foi conhecendo-se melhor e, conseqüentemente, entrando em contacto com as suas verdadeiras carências, desejos e necessidades. Hoje ela gosta de comprar, mas, antes de se deixar hipnotizar por uma mostra, ela olha para dentro de si mesma e questiona-se sobre o seu verdadeiro desejo. O que lhe trará, de fato, algum sentimento de plenitude e realização.

O que se pode perceber na atualidade é um nivelamento de desejos, crianças pobres e ricas querem os mesmos brinquedos, adultos de classes sociais distintas têm as mesmas vontades, reforçadas pelos modelos e padrões de vida apresentados pela mídia, como os gostos e hábitos de celebridades. Para atingir o padrão veiculado nos meios de comunicação como de sucesso e conforto financeiro, inúmeras pessoas investem seus esforços para adquirir bens que não necessitam, gerando outros problemas que podem se tornar ainda mais recorrentes.



### **CAPÍTULO III - *Circuito de recompensa a superar***

Comportamentos consumistas estão presentes de diversas maneiras no cotidiano de muitos. Em muitos casos é comparado e associado ao vício em álcool e drogas. Os casos de compulsão está em situações que geram prazer a quem está praticando-a. No caso de um oniomaníaco, os comportamentos se direcionam a mecanismos incontrolláveis de comprar ou adquirir algum produto para lhe dar uma sensação de prazer.

Em nosso cérebro há um neurotransmissor, a dopamina, que nos traz esse sentimento de prazer. Ela atua como um ciclo biologicamente vicioso, como por exemplo quando a cocaína é ingerida. Neste caso, a droga traz essa sensação de prazer para quem a consome pois a dopamina é liberada e logo em seguida temos a percepção de bem-estar. Porém, quando repetida diversas vezes a ação desse neurotransmissor acaba cada vez mais rápido. Consequentemente, o indivíduo precisa manter o seu prazer e para isso acaba praticando o ato com ainda mais frequência para voltar a suprir seu sentimento. Este mecanismo é explicado pelo psiquiatra, André Malbergier:

(...) Existe uma alteração no cérebro ligada à liberação de um neurotransmissor chamado dopamina, que é responsável pela sensação de prazer. Ele faz com que a pessoa, por susceptibilidade biológica ou sociocultural, ao entrar em contato com determinado comportamento ou substância, associe tal estímulo ao prazer e bem-estar que está sentindo e que foi provocado pela maior liberação desse neurotransmissor. No entanto, quando se repete muito tal comportamento ou o uso da droga, a ação da dopamina se esgota, se esvazia rapidamente, a pessoa se sente mal e precisa repetir com mais frequência o estímulo externo para manter minimamente os níveis de dopamina no sistema cerebral de recompensa. (...) (Malbergier, 2011)

A comparação com a cocaína nos faz perceber de uma maneira mais clara e nítida a causa e a consequência do efeito desse neurotransmissor. Porém, o mesmo ocorre com a compulsão por compras, como em um enorme ciclo vicioso de recompensas. Para termos sensação tão prazerosa, precisamos comprar mais; porém com a diminuição da permanência desse neurotransmissor em nosso organismo, o mal-estar e a culpa retornam, provocando a necessidade de nos recompor e praticar o ato de compra novamente para suprir a sensação negativa anterior.

Já está demonstrado que existe no nosso cérebro um circuito de recompensa, na verdade uma estrutura bastante rudimentar que, de alguma forma, está presente também nos outros animais, por exemplo, nos ratos, e que vai mediar nossa relação com situações de prazer, como fazer sexo, ir às compras, comer uma comida gostosa ou encontrar uma pessoa querida que não víamos há muito tempo. Sabe-se também que, dependendo do grau de prazer que determinada situação gerou, esse circuito é estimulado em diferentes níveis. Certos comportamentos e algumas substâncias conseguem fazê-lo de uma maneira que dificilmente seria possível ocorrer na vida cotidiana. É muito difícil dimensionar o grau de prazer experimentado pelos dependentes se o compararmos com o de uma pessoa comum. (MALBERGIER, 2011)

Esta ação biológica nos proporciona prazer no momento que efetuamos uma compra ou experimentamos uma roupa, porém esse sentimento passa em pouco tempo e se torna cada vez mais ineficiente. Logo após, sentimos culpa e um peso na consciência como consequência da ação anterior.

Malbergier afirma que em certas situações o nosso nível de prazer pode variar. Muitas vezes o controlável pode futuramente se tornar algo incontrolável e por consequência começar a fazer parte do nosso dia a dia.

Sabe-se também que, dependendo do grau de prazer que determinada situação gerou, esse circuito é estimulado em diferentes níveis. Certos comportamentos e algumas substâncias conseguem fazê-lo de uma maneira que dificilmente seria possível ocorrer na vida cotidiana. (MALBERGIER, 2011)

A variação colocada por Malbergier está relacionada ao fato das compulsões englobarem fatores tanto internos, biológicos como o que tratamos a pouco, quanto externos, como problemas no trabalho, com a família, relações sociais, etc. No âmbito externo podemos associar fatores sociais, influências, problemas pessoais e profissionais, falta de certos sentimentos no cotidiano.

De acordo com o psiquiatra existem pessoas que são mais tendenciosas a ter compulsão por compras. Mulheres tendem a ser um alvo fácil de ser atingido. A situação socioeconômica colabora para que determinadas classes sejam atingidas mais facilmente.

Teoricamente, quem corre maior risco são as mulheres de classe média ou média alta, faixa socioeconômica com maior disponibilidade de dinheiro para gastar. Pagas as contas do dia a dia, sobra-lhes sempre uma quantia para ser usada em recreação, lazer, compras, etc. Discute-se se boa parte dessas mulheres são filhas de pais que trabalhavam muito e ficavam ausentes por longos períodos, deixando em suas mãos, quando meninas, dinheiro disponível precocemente. Assim, aos 16 ou 17 anos, idade em que começaram a sair sozinhas, criaram hábitos, entre eles o de compras, que incluem gastos excessivos. (MALBERGIER, 2011)

Embora pensamentos de compras sejam recorrentes e cotidianos a todos, para um oniomaníaco o foco vai muito além de assistir uma propaganda e refletir se realmente precisa do produto ou não. Ir ao shopping comprar um presente de aniversário acaba se tornando uma tarefa não tão simples e que pode causar um

certo sentimento ou até mesmo a construção da noção de necessidade. O que será que eu realmente preciso? Porém esse pensamento não impede o ato.

Tratamentos já são aplicados de maneira comportamental quando medicamentosa.

No que se refere às compras, há estudos sobre o assunto e uma experiência clínica maior. Em primeiro lugar, lida-se com a questão comportamental, restringido as oportunidades de acesso às compras como se faz com as drogas. Como medida inicial, procura-se reduzir e, às vezes, suspende-se totalmente o montante de dinheiro que chega às mãos dessas pessoas. (MALBERGIER, 2011)

Construir uma ideia da qual recorreremos a outras maneiras prazerosas de controlar o consumo pode ser eficaz para sair desse ciclo vicioso. Se distrair de outras formas, fazer exercícios físicos e mentais, sair da zona de conforto, estimular a mente e se inteirar de hábitos que façam com que o nosso cérebro se ocupe benéficamente. Criar a nossa própria válvula de escape pode ser uma alternativa para retirar o foco das compras excessivas. Essas novas fontes de prazer não são danosas ao nosso corpo e mente, pelo contrário, são práticas saudáveis tanto fisicamente quanto mentalmente.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste TCC, enfatizamos o comportamento compulsivo de consumo que ao atingir uma certa intensidade e constância pode ser diagnosticado como uma doença chamada oneomania.

O capítulo 1 abordou como determinados quadros complexos envolvendo problemas no trabalho e familiares, principalmente quando associados a elevado grau de ansiedade, podem desencadear comportamentos compulsivos (roer unhas, arrancar fios de cabelo, movimentos de inquietude, ranger os dentes, entre muitos outros).

No capítulo 2 a ênfase foi dada aos shopaholics, descrevendo seu significado, e relacionando sua existência à “cultura do consumo”. Estímulo de comprar tem sido favorecido com o desenvolvimento dos meios de comunicação e maior facilidade de acesso às mercadorias, visto que hoje as compras podem ocorrer em uso de dinheiro físico e sem contato direto com o comércio ou serviço. Ademais, as redes sociais influenciam enormemente o sentimento de pertencimento e aceitação em grupos sociais que se caracterizam também pelo acesso a determinados símbolos que são traduzidos em bens materiais.

O capítulo 3 discorreu com um foco no circuito de recompensa e como o mesmo age internamente. De acordo com pesquisas podemos dizer que a doença interage com fatores internos e externos. Há fatores biológicos e internos que propicia a liberação de um neurotransmissor chamado dopamina que confere sensação de prazer, e que a longo prazo pode se tornar algo patológico, prejudicando e intensificado tais aspectos. A comparação com a cocaína auxilia para um melhor entendimento prático de como o neurotransmissor interage no nosso corpo. esta gera um prazer no momento e que consumimos algo, nos gera prazer cada vez mais rápido, e, requer novamente a ação da dopamina, o sentimento de culpa e mal-estar voltam e assim cria-se o ciclo vicioso e culpa e prazer.

Construir uma ideia da qual recorreremos a outras maneiras prazerosas de controlar o consumo pode ser eficaz para sair desse ciclo vicioso. Se distrair de

outras formas, fazer exercícios físicos e mentais, sair da zona de conforto, estimular a mente e se inteirar de hábitos que façam com que o nosso cérebro se ocupe beneficemente. Criar a nossa própria válvula de escape pode ser uma alternativa para retirar o foco das compras excessivas. Essas novas fontes de prazer não são danosas ao nosso corpo e mente, pelo contrário, são práticas saudáveis tanto fisicamente quanto mentalmente.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Indira. *Toc e o consumismo na contemporaneidade*. Disponível em: <<https://www.psicologia.pt/artigos/textos/TL0223.pdf>>. Acesso em: 21 mar. 2020.

AMORIM, Jéssica. *Consumismo, compulsivo e felicidade: a representação social da felicidade nas práticas de consumo compulsivo*. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/tede/7817>>. Acesso em: 21 mar. 2020.

BRUNA, Maria Helena Varella. Entrevista Comportamentos compulsivos de Drauzio Varella com André Malbergier. Disponível em: <<https://drauziovarella.uol.com.br/entrevistas-2/comportamentos-compulsivos-entrevista/>>. Acesso em 16 out. 2020.

CATÃO, Bruno Alves. *Consumo compulsivo valores materialistas e sua influência nos consumidores compulsivos*. Disponível em: <<https://revistas.brazcubas.br/index.php/dialogos/article/view/508>>. Acesso em: 22 mar. 2020.

SILVA, Ana Beatriz. *Mentes consumistas do consumismo à compulsão por compras*. Disponível em: <[https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=hu4TBAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT6&dq=compuls%C3%A3o+consumista&ots=xex8jZqPvf&sig=9NsOwj5DiRin\\_6ZJx1Ctkn\\_Bc5c#v=onepage&q=compuls%C3%A3o%20consumista&f=false](https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=hu4TBAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT6&dq=compuls%C3%A3o+consumista&ots=xex8jZqPvf&sig=9NsOwj5DiRin_6ZJx1Ctkn_Bc5c#v=onepage&q=compuls%C3%A3o%20consumista&f=false)>. Acesso em: 13 mar. 2020.

STRUCKEL, Eliza Regina Teixeira. *Transtorno obsessivo compulsivo, acumulação e a outra face do consumismo*. Disponível em: <<http://www.revistafarol.com.br/index.php/farol/article/view/40/61>>. Acesso em 16 mar. 2020.

SCHUSTER, M.; DIAS, V. V.; BATTISTELLA, L. F. DIAS, Valéria da Veiga. *Validação e investigação da relação entre o comportamento compulsivo de comprar e consumismo*. Revista de Administração FACES Journal, vol. 15, núm. 3, julio-septiembre, 2016. p. 15-20. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/pdf/1940/194047338004.pdf>>. Acesso em: 17 mar. 2020.

DIAS, Valéria. *Comportamento de compra compulsivo: um estudo teórico e quantitativo da realidade brasileira*. Disponível em: <[https://www.researchgate.net/profile/Valeria\\_Da\\_Veiga\\_Dias2/publication/280099883\\_COMPORTAMENTO\\_DE\\_COMPRA\\_COMPULSIVO\\_UM\\_ESTUDO\\_TEORICO\\_E\\_QUANTITATIVO\\_DA\\_REALIDADE\\_BRASILEIRA/links/55a92e8b08aea3d08680333a.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Valeria_Da_Veiga_Dias2/publication/280099883_COMPORTAMENTO_DE_COMPRA_COMPULSIVO_UM_ESTUDO_TEORICO_E_QUANTITATIVO_DA_REALIDADE_BRASILEIRA/links/55a92e8b08aea3d08680333a.pdf)>. Acesso em: 21 mar. 2020.

KURTZ, Débora Patrícia. *O consumismo como produção de um mal-estar contemporâneo*. Disponível em: <<http://bibliodigital.unijui.edu.br:8080/xmlui/handle/123456789/4858>>. Acesso em: 22 mar. 2020.

CATÃO, Bruno Alves. *Consumo compulsivo valores materialistas e sua influência nos consumidores compulsivos*. Disponível em: <<https://revistas.brazcubas.br/index.php/dialogos/article/view/508>>. Acesso em: 22 mar. 2020.

SCHWERINER, Mário Ernesto René. *O consumo e a dimensão espiritual das marcas: uma análise crítica*. Disponível em: <<http://tede.metodista.br/jspui/handle/tede/459>>. Acesso em: 22 mar. 2020.

TOLEDO, Mariana Santos Correia de. *A cultura do consumo e o comportamento de compras compulsivas: uma análise integrativa da literatura*. Disponível em: <<http://repositorio.faema.edu.br/handle/123456789/1208>> Acesso em: 31 mar. 2020.

KINSELLA, Sophie. *Os delírios de consumo de Becky Bloom*. Edição 21. São Paulo: Record, 2018.

MEDEIROS Fabiana Gama de. *Influência de estresse, materialismo e autoestima na compra compulsiva de adolescentes*. Disponível em: <[https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1415-65552015000800003](https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552015000800003)>. Acesso em: 23 out. 2020.