

COMPULSIVIDADE EM COMPRAS E IMPACTOS NA QUALIDADE DE VIDA: PERSPECTIVAS DE INTERVENÇÃO PSICOLÓGICA NO CONTEXTO BRASILEIRO À LUZ DA ABORDAGEM TERAPIA COGNITIVO- COMPORTAMENTAL

COMPULSIVE BUYING AND ITS IMPACTS ON QUALITY OF LIFE: PSYCHOLOGICAL
INTERVENTION PERSPECTIVES IN THE BRAZILIAN CONTEXT FROM A COGNITIVE-
BEHAVIORAL THERAPY APPROACH

COMPULSIVIDAD EN LAS COMPRAS Y SUS IMPACTOS EN LA CALIDAD DE VIDA:
PERSPECTIVAS DE INTERVENCIÓN PSICOLÓGICA EN EL CONTEXTO BRASILEÑO
DESDE EL ENFOQUE DE LA TERAPIA COGNITIVO-CONDUCTUAL

Caroline Lorscheitter da Silva¹
Beatriz Martins Melchiorreto²
Camila Meneguzzi³

RESUMO: Este artigo buscou discutir o impacto do consumismo e da compulsão por compras na qualidade de vida do sujeito no contexto brasileiro e identificar as intervenções da psicologia, através da Terapia Cognitivo-Comportamental (TCC). Foi utilizada a revisão integrativa, bem como a análise temática conceituada por Minayo (2007) como metodologia empregada para este trabalho. Os resultados discorrem que tanto o marketing digital, como o avanço da tecnologia e a influência contemporânea das redes e mídias sociais fazem parte do processo de avanço de comportamentos da compulsão por comprar, o que pode afetar de modo negativo a vivência do sujeito em todos os campos da vida, principalmente em aspectos financeiros, emocionais e sociais. Mediante a isso, a literatura propõe que intervenções e técnicas da Psicologia, dentro abordagem da Terapia Cognitivo-Comportamental, como a reestruturação cognitiva, a sensibilização encoberta e a exposição com prevenção de resposta demonstram potencial terapêutico, sendo efetiva a redução dos pensamentos e comportamentos compulsivos dentro da temática, em casos estudados. A partir disso, observa-se a necessidade de novas pesquisas relacionadas ao contexto brasileiro, bem como a ampliação de dados estatísticos e estudos para abranger maiores intervenções e a prevenção diante do cenário moderno.

2461

Palavras-chave: Compulsão por compras. Consumismo. Qualidade de vida. Terapia Cognitivo-Comportamental.

ABSTRACT: This article sought to discuss the impact of consumerism and compulsive buying on individuals' quality of life within the Brazilian context and to identify psychological interventions through Cognitive-Behavioral Therapy (CBT). An integrative review and thematic analysis, as conceptualized by Minayo (2007), were used as the methodological framework for this study. The results indicate that digital marketing, technological advances, and the contemporary influence of social media and networks contribute to the development of compulsive buying behaviors, which can negatively affect individuals' lives in financial, emotional, and social aspects. Accordingly, the literature suggests that psychological interventions and techniques within the Cognitive-Behavioral Therapy approach—such as cognitive restructuring, covert sensitization, and exposure with response prevention—demonstrate therapeutic potential and effectiveness in reducing

¹ Discente de Psicologia do Centro Universitário Univel.

² Discente de Psicologia do Centro Universitário Univel.

³ Especialista, docente orientadora do curso de Psicologia do Centro Universitário Univel.

compulsive thoughts and behaviors in studied cases. Based on these findings, there is a need for further research in the Brazilian context, as well as an expansion of statistical data and studies to strengthen preventive measures and therapeutic interventions in the modern scenario.

Keywords: Compulsive buying. Consumerism. Quality of life. Cognitive-Behavioral Therapy.

RESUMEN: Este artículo buscó discutir el impacto del consumismo y de la compulsión por compras en la calidad de vida del sujeto en el contexto brasileño e identificar las intervenciones de la psicología a través de la Terapia Cognitivo-Conductual (TCC). Se utilizó la revisión integrativa, así como el análisis temático conceptualizado por Minayo (2007), como metodología aplicada en este trabajo. Los resultados señalan que el marketing digital, los avances tecnológicos y la influencia contemporánea de las redes y medios sociales forman parte del proceso de incremento de los comportamientos compulsivos de compra, lo que puede afectar negativamente la vida del individuo en los ámbitos financiero, emocional y social. En este sentido, la literatura propone que las intervenciones y técnicas de la Psicología, dentro del enfoque de la Terapia Cognitivo-Conductual, como la reestructuración cognitiva, la sensibilización encubierta y la exposición con prevención de respuesta, demuestran un potencial terapéutico y efectividad en la reducción de pensamientos y comportamientos compulsivos en los casos estudiados. A partir de ello, se observa la necesidad de nuevas investigaciones en el contexto brasileño, así como la ampliación de datos estadísticos y estudios que abarquen mayores intervenciones y estrategias preventivas ante el escenario moderno.

Palabras clave: Compulsión por las compras. Consumismo. Calidad de vida. Terapia Cognitivo-Conductual.

INTRODUÇÃO

Atualmente, pode-se observar um crescimento exponencial no comportamento de adquirir bens materiais, hábito que pode ser observado em indivíduos de ambos os sexos e das mais variadas faixas etárias. Com o avanço da tecnologia e dos meios de comunicação, novos produtos são colocados no mercado e entram em contato com o consumidor, colaborando para que a prática do consumo se estabeleça. Tal prática é responsável por movimentar a economia dos muitos países que estão inseridos no sistema capitalista, inclusive o Brasil. Através das mídias, origina-se a ideia da necessidade do bem material anunciado, a qual pode estar associada a fatores fisiológicos, emocionais ou sociais (Moura, 2018).

2462

As autoras Souza, Becker e Boff (2016) afirmam que para a Terapia Cognitivo-Comportamental, de forma ampliada, a cognição e o comportamento exercem influência um sobre o outro, ou seja, quando o sujeito interpreta uma situação de maneira distorcida, tende a reagir com emoções e comportamentos desproporcionais, e, ao alterar esses padrões por meio de técnicas cognitivas e comportamentais, é possível reduzir o sofrimento e favorecer o equilíbrio emocional. Fundamentado nisso, o tratamento a partir desta abordagem busca exercer impacto em ambos os campos, e também considera que as respostas comportamentais e emocionais são influenciadas pela forma como os eventos são interpretados pelo indivíduo, e não apenas pela situação em si. É possível afirmar que a compulsão por compras envolve

particularidades e questões relacionadas à esfera da cognição, como aflições de ordem mal adaptativas que geram sofrimento, bem como comportamentos impulsivos e frequentes como ação de adquirir produtos.

A escolha da temática está amparada na importância do estudo sobre esta problemática e em compreender quais os fatores levam o sujeito a desenvolver a oniomania⁴, uma vez que a identificação destes fatores pode facilitar o tratamento ou, até mesmo, intervenções preventivas. Esta circunstância afeta um grande grupo de pessoas e de forma global, causando prejuízos financeiros, psicológicos, relacionais e sociais. Ao observarmos o contexto atual do país, notamos que grande parte da renda está centralizada em uma parcela reduzida da população, isto posto, identificamos que tal cenário pode levar ao agravamento de desafios relacionados ao consumismo (Oliveira, 2024). Com base nos estudos relacionados à abordagem da TCC, é viável afirmar que esta linha teórica possui grande êxito em intervenções visando a redução dos sintomas, garantia da qualidade de vida e saúde mental, e melhora clínica do sujeito.

Cabe destacar que os dados epidemiológicos nacionais sobre a compulsão por compras são escassos. A última estimativa disponível, de 2014, indica que cerca de 3% da população brasileira apresenta esse comportamento (Silva, 2014). No entanto, não há levantamentos atualizados, o que evidencia uma lacuna científica importante a ser explorada. Portanto, a finalidade deste artigo é compreender o impacto do consumismo e compulsão por compras na qualidade de vida do sujeito e as intervenções da psicologia, através da abordagem da Terapia Cognitivo-Comportamental no contexto brasileiro.

2463

MÉTODOS

Trata-se de uma revisão integrativa de literatura, que busca a integração de trabalhos com diferentes metodologias, possibilitando uma inteira observação e entendimento dos dados obtidos, sendo considerado o tipo de revisão mais amplo (Flor *et al.*, 2021). Existem passos necessários que devem ser seguidos para a elaboração de um trabalho fidedigno, sendo eles: definição da pergunta de pesquisa; busca e seleção das fontes de pesquisa; análise e extração dos dados; análise e síntese dos resultados; interpretação e discussão dos resultados; exposição da revisão integrativa (Souza; Silva; Carvalho, 2010, p. 104-105).

A pergunta de pesquisa definida foi “Como o consumismo e compulsão por compras impactam a qualidade de vida do sujeito e de que forma a psicologia, especificamente através da

⁴ Oniomania - O termo Onio, do grego *onios* que significa “à venda”, e o termo mania como “insanidade”. É um termo técnico utilizado para retratar o desejo compulsivo de comprar (Nery; Meneses; Torres, 2012).

abordagem da Terapia Cognitivo-Comportamental, intervém nestes casos no contexto do Brasil?”. Para a busca e seleção das fontes de pesquisa foi realizado levantamento dos artigos de literatura, sendo sua busca nas seguintes bases de dados: SciELO Brasil (Scientific Electronic Library Online) e Google Acadêmico.

Também foi utilizado o livro “Mentes consumistas: Do consumismo à compulsão por compras” escrito pela psiquiatra brasileira Ana Beatriz Barbosa Silva, assim como o livro “Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria” do sociólogo e filósofo polonês Zygmunt Bauman. Além disso, foram utilizadas as seguintes palavras-chave como filtro para busca dos materiais: compulsão; compras; consumismo; compulsão por compras; consumismo no Brasil; psicologia e consumo; Terapia Cognitivo-Comportamental e compulsão por compras.

Após a seleção das fontes, foi realizada a extração dos dados dos estudos científicos a fim de analisar os objetivos dos trabalhos, o contexto, o tipo de estudo bem como os principais resultados e considerações finais. Portanto, foram definidos os seguintes critérios de inclusão para o material utilizado:

- As fontes devem apresentar o estudo científico voltado à população brasileira em relação à estudos de caso e dados estatísticos, sendo possível a inclusão da teoria proposta à fora;
 - PÚblico analisado a partir dos 14 anos de idade e de ambos os sexos;
 - Fontes teóricas devem consistir em materiais científicos e/ou acadêmicos datados a partir do ano de 2008;
 - Dados relacionados a intervenções da psicologia serão voltados à abordagem Terapia Cognitivo-Comportamental.
-

Visto isso, para os critérios de exclusão foram estabelecidos os seguintes parâmetros:

- Pesquisas focadas em outros países, relacionadas à dados estatísticos e estudos de caso;
- Estudos anteriores ao ano de 2008;
- Fontes não acadêmicas e sem referência científica confiável;
- Fontes que apontam estratégias interventivas de outras abordagens.

Para este estudo também será empregado o uso da Análise Temática, a qual, de acordo com Minayo (2007), se trata de uma análise de conteúdo, como o próprio nome sugere, voltada à temática abordada. A AT tem como objetivo encontrar padrões repetidos de significado, a fim de comparar os materiais científicos que abordam sobre a temática, ou seja, analisar além do conjunto de dados, buscando categorizar os núcleos de sentido dos dados levantados e compará-los na frequência da presença ou mesmo em sua manifestação, que pode ter um significado em específico. Para isso, a AT pode ser estruturada a partir das seguintes etapas: habituar-se aos dados; geração dos códigos iniciais a partir dos códigos; busca por temas e revisão dos temas; definição e denominação dos temas; produção do relatório.

Para esta análise, foram utilizados o total de onze estudos científicos já filtrados, sendo

inicialmente obtido quinze estudos, porém fora dos critérios de inclusão e exclusão definidos. A partir do filtro, foi possível realizar leitura flutuante para a habituação dos dados. A geração dos códigos iniciais foi realizada a partir do encontro dos temas encontrados dentro dos estudos, sendo então organizados de acordo com a semelhança de sentido, formando núcleos de sentido que refletiam aspectos comuns entre os estudos, tais como a influência social do consumo, os impactos psicológicos e as estratégias terapêuticas da TCC., ainda que frases específicas que discorrem sobre o conteúdo, sendo também realizado, após este processo, a revisão dos temas encontrados e a denominação destes, onde foi possível encontrar situações relacionais e temáticas diante da análise.

RESULTADOS

A partir dos dados levantados, utilizando a metodologia da análise temática, foi construída uma tabela para sintetizar o levantamento do que foi postulado no presente trabalho, sendo esta contendo de forma sucinta os códigos iniciais, núcleos de sentido a partir dos códigos, a denominação dos temas e, por fim, os estudos selecionados para este levantamento.

Tabela 1: Síntese da análise temática

2465

Códigos iniciais	Núcleos de sentido	Denominação dos temas	Estudos escolhidos
O consumo é incentivado pela mídia e tecnologia; o ato de comprar gera pertencimento social; o marketing desperta desejo constante.	O consumo como marcador de identidade e pertencimento social; influência das mídias e dos chamados influenciadores na era moderna.	Consumo e sociedade	Bauman (2008); Oliveira (2024); Moura (2018); Gomes (2023).
Comprar traz prazer momentâneo seguido de culpa; gasto excessivo; prejuízos financeiros e emocionais; ocultamento do comportamento.	A compra compulsiva como tentativa de regulação emocional; impactos psicológicos e sociais da oniomania.	Compulsão por compras no Brasil	Silva (2014); Queiroz et al. (2016); Amorim e Souza (2024).
A TCC identifica pensamentos disfuncionais; reduz impulsos e compulsões; favorece o autocontrole; resultados positivos em estudos clínicos.	A Terapia Cognitivo-Comportamental como intervenção eficaz na redução de pensamentos e comportamentos disfuncionais compulsivos.	Intervenções em Terapia Cognitivo-Comportamental	Sousa (2015); Brandtner e Serralta (2016); Souza, Becker e Boff (2016); Hodgins e Peden (2008).

Fonte: Silva; Melchiorreto, 2025.

CONSUMO E SOCIEDADE

A partir da Revolução Industrial, a produção de bens materiais passou a ser muito mais veloz do que anteriormente, proporcionando ao ser humano um aumento constante na variedade de itens disponíveis para aquisição (Nery; Meneses; Torres, 2012, p. 57). Esse avanço, tornou-se um dos pilares do que conhecemos por Sociedade do Consumo, conceito abordado por Bauman (2008), o qual o define como uma sociedade onde o consumo deixa de ser apenas algo estimulado por necessidade e passa a ser um comportamento que define a identidade do sujeito e afeta as relações sociais deste.

Seguindo esta definição, por ser algo que foi e continua sendo moldado dentro da sociedade, o consumo deixa de ser uma característica necessária, e passa a ser uma característica que envolve a influência do sujeito dentro da área social proporcionando ou não o sentimento de pertencimento e, portanto, fazendo parte da cultura. Além destes fatos, nota-se que outro aspecto importante dentro desse processo é a publicidade, que visa a promoção e divulgação de determinado produto, e faz uso de vários elementos para estimular ao consumo e, em muitos casos, utiliza-se de estratégias emocionais para atrair a atenção do consumidor (Bauman, 2008).

Vale também distinguir os termos que definem consumo e consumismo. Sendo, para Bauman (2008), o consumo um fenômeno inseparável da sobrevivência biológica que o ser humano compartilha com qualquer outro organismo vivo. E o consumismo um fenômeno que “para a vida da maioria das pessoas esse comportamento é o verdadeiro propósito da existência”, deixando de ser algo fisiologicamente necessário para se tornar algo decisivo, que define o ser enquanto ser social e subjetivo, a partir do que consome, onde esse arranjo emocional de vontades, desejos e a experimentação dessas emoções que o ato de compra causa repetidas vezes, de fato, passou a “sustentar a economia do convívio humano”. Cabe a diferenciação do consumista e do comprador compulsivo, que compra em excesso, condição esta que está vinculada a suprir alguma necessidade emocional.

Gomes (2023) discorre que o consumo digital contemporâneo, com a evolução dos meios tecnológicos e crescimento do acesso à mídias e redes sociais e a partir da chegada dos chamados influenciadores, que fazem com que o acesso ao conhecer o produto se torne mais abrangente, tornou a compra muito mais facilitada, principalmente após as estratégias publicitárias inseridas nesse meio. Visto isso, a prática da compra se torna exponencialmente maior por conta das estratégias de marketing e influência dentro das redes digitais, o que torna a compra pelo impulso muito mais propícia, impactando, por vezes, de forma negativa na vida do sujeito que, muitas vezes, a compra compulsiva torna outras áreas de sua vida ainda mais difícil, no sentido

de necessidades básicas que incluem moradia, alimentação, transporte, vestimenta, abastecimento de água e fornecimento de energia elétrica.

COMPULSÃO POR COMPRAS NO BRASIL

De acordo com Silva (2014), o Instituto de Psiquiatria do Hospital das Clínicas de São Paulo estimou o percentual de compradores compulsivos em 3% da população brasileira, sendo a maioria expressa pelo sexo feminino, de acordo com a instituição. Neste percentual cabe a reflexão de que muito possivelmente muitas pessoas que também passam por este processo de compulsão por compras na contemporaneidade, não estão dentro dessa estimativa, visto que a maioria dos sujeitos que sofrem com esta condição, tendem a esconder essa situação dos grupos sociais nos quais estão inseridos, como a família.

Através das pesquisas de Queiroz et al (2016), é possível observar que o ato de comprar traz o sentimento de satisfação e prazer momentâneo. No entanto, o exercício frequente desta atividade pode evoluir para um comportamento patológico, ou seja, o desenvolvimento de um processo de compra compulsivo, o qual se torna disfuncional e passa a afetar negativamente a qualidade de vida e o cotidiano do sujeito.

Queiroz et al (2016) também discorre que, uma vez que tal comportamento evolui para uma patologia, todas as esferas da vida do indivíduo são afetadas, no aspecto financeiro, este passa a gastar mais do que sua renda é capaz de custear, muitas vezes comprometendo a renda familiar ou buscando diretamente a ajuda financeira de pessoas próximas a fim de suprir a demanda que a compulsão gera. No âmbito social, os indivíduos que possuem tal condição frequentemente encontram dificuldade para externalizar tal situação, porquanto muitas vezes são julgados e tratados com desrespeito por seus semelhantes. Os impactos na saúde mental do indivíduo podem estar relacionados tanto às implicâncias diretas da compulsividade por compras quanto pelas consequências que esta gera.

2467

É importante ressaltar que no DSM IV (APA, 1994) a situação de compulsão por compras era considerada como patológica, porém, com a vinda do DSM V (APA, 2013) a seção que abordava sobre tal conjuntura foi excluída, deixando de ser considerada como patologia e classificação diagnóstica (Amorim; Souza, 2024, p. 9). Porém, no DSM V-TR (APA, 2023) é possível observar uma seção que está descrita dentro das definições do Transtorno Obsessivo-compulsivo e Transtornos Relacionados, sendo o Transtorno de Acumulação que possui como especificador a aquisição excessiva de “itens que não são necessários ou para os quais não existe espaço disponível” (APA, 2023). A aquisição excessiva de itens pode estar diretamente ligada

com a questão de compras compulsivas. Com isso, a compulsão por compras deixa de ser um diagnóstico oficial, mas pode aparecer relacionada à outras categorias.

Neste sentido, não existem estudos e resultados recentes em relação à compulsão por compras no Brasil em um sentido geral nacional, mesmo que ainda seja uma temática de extrema importância com impactos significativos na vida da população. A ausência de dados atualizados reforça a necessidade de aprofundar as investigações sobre o tema, considerando as mudanças nos hábitos de consumo, o avanço das mídias digitais e a influência crescente dos conteúdos de marketing e dos influenciadores, como destaca Gomes (2023) ao discutir o comportamento do consumidor digital na contemporaneidade.

INTERVENÇÕES EM TERAPIA COGNITIVO-COMPORTAMENTAL

Diante desse cenário, a literatura aponta que a Terapia Cognitivo-Comportamental tem se mostrado uma abordagem eficaz na compreensão e intervenção dos comportamentos compulsivos de compra. A abordagem da Terapia Cognitiva surgiu com Aaron T. Beck, na década de 60, a partir de seus estudos para o tratamento da depressão, onde propôs o modelo cognitivo da depressão. Na década de 80, ela evolui para Terapia Cognitivo- Comportamental, onde foram incorporadas técnicas comportamentais juntamente com a premissa da relação entre cognição, emoção e comportamento (Sousa, 2015).

2468

Sousa (2015) discorre que a TCC tem como um de seus objetivos, identificar distorções cognitivas que estão gerando adversidades para o sujeito em suas vivências, bem como apoiar o indivíduo no processo de ajuste a fim de que este possa desenvolver métodos eficientes para enfrentar estes problemas. A partir disso, a intervenção terapêutica desta abordagem tem como princípio compreender e reformular os padrões de pensamento que estimulam o impulso de compra, promovendo a transformação comportamental e a prevenção de situações de risco associadas ao desejo de consumir.

Hodgins e Peden (2008), trazem técnicas da TCC relacionadas ao comportamento do comprar compulsivo, como a sensibilização encoberta, uma das intervenções que objetiva o controle dos impulsos do sujeito, onde busca identificar o pensamento automático que está enquadrado e relacionado ao querer comprar, instigando a reflexão do paciente das possíveis consequências aversivas após o impulso da compra, com a principal finalidade de reduzir os comportamentos indesejados e que estão afetando o sujeito, sendo esses impulsivos e compulsivos. Com a aplicação desta técnica, gradativamente, pode ser desenvolvido repulsa pelo comportamento a partir dessa conscientização, o que auxilia na diminuição da frequência

do comportamento, bem como os pensamentos relacionados.

Além disso, técnicas como reestruturação cognitiva, utilizada para a correção dos pensamentos irracionais vinculados aos comportamentos impulsivos, ou a exposição e prevenção de resposta para reduzir impulsos disfuncionais, onde o sujeito é colocado em situações que causam estímulo para o impulso, de forma segura e controlada, para incluir técnicas de distração ou enfrentamento cognitivo, objetivando a prevenção, são recomendadas nesses casos, por conta do bom resultado para o paciente. Diante dessas intervenções, a literatura traz que as técnicas da TCC são eficazes diante da compulsão por comprar, ainda que mescladas e com um acompanhamento aprofundado junto ao paciente e sua subjetividade, sendo importante também ajustes da abordagem ao tratamento durante o processo da terapia, objetivando o êxito máximo das técnicas cognitivas-comportamentais (Hodgins; Peden, 2008).

Brandtner e Serralta (2016), realizam um estudo de caso sistemático a partir do caso de uma compradora compulsiva brasileira de 34 anos que buscou ajuda através da terapia, por conta de sua compulsão por compras. As autoras buscam, a partir do estudo, examinar o processo e os resultados da Terapia Cognitivo-Comportamental (TCC) a partir de uma situação única e subjetiva, sendo destacada a compulsão por compras. A referida abordagem tem como princípio a teoria cognitiva, com métodos e estratégias oriundas da análise do comportamento, remetendo à TCC o seu modelo cognitivo, que parte do entendimento da interconexão a partir de uma determinada situação, onde gera-se um pensamento, por conseguinte vivenciando um sentimento e reagindo, através do comportamento.

2469

As autoras trazem como resultados, que através da terapia e dos escores da YBOCS-SV (Escala Yale-Brown de Obsessão e Compulsão – Versão para Compras) foi possível observar que já na etapa intermediária do tratamento houve uma diminuição clinicamente relevante e fidedigno dos comportamentos de compra compulsiva. Essa diminuição se manteve até o término das 12 sessões e também após, sendo realizadas novas observações 2 vezes entre 16 e 32 semanas após a finalização (Brandtner; Serralta, 2016, p. 183).

DISCUSSÕES

Os resultados foram discutidos à luz da literatura nacional e internacional, buscando identificar convergências e lacunas na produção científica sobre o tema, bem como compreender o impacto da compulsão por compras e do consumismo na qualidade de vida dos sujeitos. Além disso, buscou-se apresentar técnicas e intervenções da Terapia Cognitivo-Comportamental (TCC) eficazes para o tratamento dessa condição no contexto contemporâneo brasileiro.

A partir do que Bauman (2008) pontua sobre o consumo, é entendido que este fenômeno faz parte das vivências do ser humano, desde as mais básicas. Ainda assim, o autor pontua que o termo “consumismo” diz de um fenômeno que retrata o ato de adquirir além das necessidades fisiológicas e suficiente para viver dentro do contexto humano.

Gomes (2023), de modo mais atual, traz que sobre o crescimento desse consumismo, devido à maior abrangência dos produtos e estratégias bem elaboradas do marketing e publicidade, onde a aquisição de bens possui maior facilidade dentro das redes e sites na internet, sendo possível a compra diretamente do aparelho celular, independente da localidade do comprador, ou seja, a aquisição pode ser feita diretamente de casa, sem a necessidade de ir até uma loja, o que exerce grande facilidade.

A autora também enfatiza o papel dos influenciadores digitais, que intensificam o impulso de compra e podem contribuir para o agravamento da patologia, ao promover produtos de maneira persuasiva e em larga escala. Esse comportamento, comum no Brasil e em outros países, está fortemente relacionado às compras por impulso e pode comprometer a qualidade de vida.

No sentido do impacto na qualidade de vida, Queiroz *et al.* (2016) e Silva (2014) evidenciam que o ato de comprar além do que é necessário para viver dentro do contexto do sujeito, por vezes gera sensações de prazer momentâneo e em certos casos, também auxilia na regulação emocional. Este processo de forma excessiva pode gerar culpa e sofrimento por conta de, consequentemente, provocar um alto gasto financeiro, o que pode impactar negativamente a qualidade de vida, interferindo em todas as áreas de vivência.

2470

Visto isso, apesar de o DSM-5-TR já não reconhecer de modo oficial a compulsão por comprar como um diagnóstico independente (APA, 2023), traz a reflexão de novos estudos serem necessários diante do cenário atual, para que atualizem novos casos envolvendo a patologia e que explorem ainda mais a prevalência na população brasileira, visando fatores culturais e emocionais específicos, que fazem parte do contexto.

As intervenções da TCC demonstram eficácia no tratamento da compulsão por compras, conforme estudos de Hodgins e Peden (2008) e Brandtner e Serralta (2016). Técnicas como a reestruturação cognitiva de crenças disfuncionais, a sensibilização encoberta e a exposição com prevenção de resposta mostraram bons resultados. A literatura também destaca a importância do acompanhamento contínuo para consolidar mudanças comportamentais e cognitivas.

Por fim, observa-se a necessidade de ampliar estudos sobre este processo dentro do contexto brasileiro, uma vez que também existe a necessidade da avaliação dentro de grupos maiores, onde devem apontar a ampliação de investigações clínicas. Este artigo não pretende esgotar o tema, mas sim ampliar a discussão sobre a importância da temática inserida na sociedade, visando a saúde da população.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da análise das pesquisas, foi possível observar a necessidade de investigações e pesquisas mais aprofundadas acerca da temática no Brasil, uma vez que não foram encontrados dados recentes que indiquem o percentual da população brasileira dentro da compulsão por compras, sendo um dado de prevalência indicado em 2014 no livro da psiquiatra Ana Beatriz Barbosa Silva, mas sem novas atualizações. Isso representa uma lacuna significativa na literatura nacional, uma vez que essa temática deve ser abordada por sua relevância, para processos também de prevenção, visto o contexto atual em que o país está inserido, tendendo sempre ao crescimento da influência e estratégias de marketing para que mais pessoas exerçam compras, e que vão impactar de forma negativa, por vezes.

Cabe ressaltar que a Terapia Cognitivo-Comportamental é uma abordagem que apresenta intervenções promissoras para o desejo desenfreado de comprar, o que gera a patologia e, se tratada de acordo e com acompanhamento contínuo, conforme discorrem os resultados desta pesquisa, existe grande prevalência da melhora do sujeito, deixando aos poucos os pensamentos disfuncionais, bem como comportamentos instaurados que prejudicam a qualidade de vida. Portanto, a prática do consumo compulsivo em compras afeta e prejudica a qualidade de vida do sujeito, bem como possui relação direta com o avanço da publicidade e da tecnologia. Neste aspecto, a Terapia Cognitivo-Comportamental pode reduzir os comportamentos que caracterizam essa compulsão.

2471

Em síntese, o presente estudo contribui para o campo da Psicologia ao reunir e analisar evidências sobre a compulsão por compras sob a ótica da TCC, reforçando a importância de estratégias preventivas e terapêuticas alinhadas às demandas contemporâneas do consumidor brasileiro.

REFERÊNCIAS

AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION. Manual diagnóstico e estatístico de transtornos mentais (5^a ed., revisão de texto). Porto Alegre: Artmed, 2023.

AMORIM, L. A.; SOUZA, M. C. F. de. O DESEJO COMPULSIVO POR COMPRAS E A SAÚDE MENTAL DO INDIVÍDUO. *Revista Contemporânea*, [S. l.], v. 4, n. 11, p. e6431, 2024. DOI: 10.56083/RCV4N11-015.

BAUMAN, Z. Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias. Trad. Carlos Alberto Medeiros. 1 ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

BRANDTNER, M.; SERRALTA, F.B. Terapia Cognitivo-Comportamental para Compras Compulsivas: Um Estudo de Caso Sistemático. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, v. 1, pág. 181-188, janeiro. 2016.

FLOR, Tainá De Oliveira et al.. Revisões de literatura como métodos de pesquisa: aproximações e divergências. *Anais do VI CONAPESC*. Campina Grande: Realize Editora, 2021. Disponível em: <<https://editorarealize.com.br/artigo/visualizar/76913>>.

GOMES, Maria Eugênia Pacioni. Experiências de excesso do consumidor digital: desejo e gozo na contemporaneidade. *Leitura Flutuante – Revista do Centro de Estudos em Semiótica e Psicanálise*, v. 14, n. 2, p. 16-40, jan. 2023.

2472

HODGINS, D. C.; PEDEN, N.. Tratamento cognitivo e comportamental para transtornos do controle de impulsos. *Brazilian Journal of Psychiatry*, v. 30, p. S31-S40, maio 2008.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). *Pesquisa Social. Teoria, método e criatividade*. 26 ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

MOURA, R. A. D. CONSUMO OU CONSUMISMO: UMA NECESSIDADE HUMANA?. *Revista da Faculdade de Direito de São Bernardo do Campo*, [S. l.], v. 24, n. 1, p. 14, 2018.

NERY, M. B. M.; MENÊSES, C. A. S.; TORRES, T. K. S. Um breve ensaio da psicologia acerca do comportamento consumista na sociedade atual. *Interfaces Científicas: Humanas e Sociais*, Aracaju, v. 1, n. 1, p. 53 - 62, 2012.

OLIVEIRA, Luíza Zimermann Arêas. A influência do marketing para o consumidor compulsivo em plataformas de compra online. Fundação Oswaldo Aranha (UniFOA), Trabalho de Conclusão de Curso; Centro Universitário de Volta Redonda, 2024.

QUEIROZ, Gabriela Vaz; et al. Fatores psicológicos que levam as pessoas a consumirem compulsivamente. *Revista Científica Online Uniatenás (Centro Universitário Atenas)*. Vol. 10, n° 3; Minas Gerais, 2016.

SILVA, A. B. B. Mentes consumistas: do consumismo à compulsão por compras. 1 ed., São

Paulo: Globo, 2014.

SOUSA, Elke Michely. Terapia cognitivo-comportamental e controle do impulso de comprar. 2015. 30 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Psicologia) – Faculdade Patos de Minas, Patos de Minas, 2015.

SOUZA, Lauren Heineck de; BECKER, Marina Capellão; BOFF, Raquel de Melo. Terapia cognitivo-comportamental das compras compulsivas: uma revisão de literatura. *Revista de Psicologia da IMED, Passo Fundo*, v. 8, n. 2, p. 185-193, 2016. DOI: <https://doi.org/10.18256/2175-5027/psico-imed.v8n2p185-193>.

SOUZA, M. T. DE ; SILVA, M. D. DA ; CARVALHO, R. DE .. Revisão integrativa: o que é e como fazer. *Einstein (São Paulo)*, v. 8, n. 1, p. 102-106, jan. 2010.