



FATORES PSICOLÓGICOS QUE LEVAM AS PESSOAS A CONSUMIREM COMPULSIVAMENTE

Gabriela Vaz Queiroz¹
Gabriela Gonçalves Correia¹
Julye Maciel Diniz¹
Vanessa Farias de Sousa¹
Amália Cardoso Dias²
Robson Ferreira dos Santos²

Resumo

O presente artigo temo como objetivo analisar as questões biopsicossociais do comportamento compulsivo de consumo. Visa apresentar psicológicos que estão envolvidos nesse comportamento, bem como analisar as consequências decorrentes dessa compulsão. O consumo compulsivo, também chamado de oniomania, é um transtorno causado pela ansiedade desencadeada pela necessidade de compra, saciada apenas quando há aquisição do produto. Este é um estudo bibliográfico, onde foram analisados documentos publicados que tratam sobre o como artigos científicos.

Palavras-chave: Consumo. Compulsivo. Fatores Psicológicos.

Abstract

This article aims to analyze the biopsychosocial issues of compulsive consumption behavior. It aims to present psychological ones that are involved in this behavior, as well as analyzing the consequences arising from this compulsion. Compulsive consumption, also called oniomania, is a disorder caused by anxiety triggered by the need to buy, satiated only when the product is acquired. This is a bibliographic study, where we analyzed published documents that deal with the as scientific articles.

Keywords: Consumption. Compulsive. Psychological Factors.

Introdução

Atualmente as pessoas estão vivendo em um mundo consumista, a sociedade capitalista é uma realidade da maioria dos países, sendo também a realidade do Brasil. De certo modo, o poder de compra faz com que muitas pessoas tenham ou não ascensão. Além

¹ Acadêmicas do curso de Psicologia

² Docentes do curso de Psicologia

disso, A compra compulsiva configura-se quando alguém está em um estado de descontrole e visa minimizar sentimentos negativos.

O consumo sempre fez parte da existência humana, uma vez que fazer compras traz uma sensação de satisfação, bem-estar e autoafirmação. Porém, a partir do momento em que esse consumo desregrado passe a trazer sentimentos de sofrimento ao indivíduo fica caracterizada a compulsão, a qual vem sempre acompanhada do sentimento de culpa após cada compra.

Hoje em dia, é possível ver pessoas que se submetem ao extremo para acompanhar as "tendências", independentemente de se endividarem ou não, em casos extremos, até deixam de comprar alimentos para comprar o item que está na moda. Esse comportamento é mais comum na fase da adolescência devido aos fatores sociais como o uso de redes sociais que pregam este estilo de vida.

No entanto, esse comportamento de consumo compulsivo não está ligado só a adolescência mais também com a vida adulta e com a terceira idade. O consumo exacerbado desencadeia vários prejuízos à saúde mental e também à vida social e financeira de uma pessoa.

É importante esclarecer que existe uma enorme diferença entre satisfazer um desejo de um consumo e a compulsão pelo consumo. A compulsão é um transtorno de impulso que gera sofrimento, pois o indivíduo já não tem mais controle da situação, o que passa a prejudicar sua vida financeira e gera inúmeros outros problemas relacionados ao excesso de dívidas.

A compulsão pelo consumo geralmente vem à tona acompanhada por outros transtornos psicológicos como a ansiedade, depressão e o próprio transtorno obsessivo compulsivo. Existem vários motivos que levam um indivíduo a ser compulsivo pelo consumo exagerado, dentre eles podemos citar o desequilíbrio emocional, a necessidade de ser aceito, baixa autoestima, insegurança, status ou a influência do comércio e da mídia.

Materiais e Métodos

O método utilizado para realizar essa pesquisa foi o levantamento de dados bibliográficos, visando elucidar as questões teóricas relacionadas ao tema proposto. Esse tipo de pesquisa permite ao pesquisador fazer uma análise que lhe permita entender melhor o objeto do estudo (CHIARA, KAIMEN, et al., 2008). Por tanto, essa pesquisa tem como foco

fazer uma análise das teorias mais comuns acerca do tema, com a finalidade de entender melhor os fatores que levam uma pessoa a se tornar um consumidor compulsivo.

Resultados e Discussão

Existem diferentes fatores que levam uma pessoa a consumir bens e serviços, tais como fatores culturais, fatores sociais, econômicos e psicológicos. No entanto, este estudo tem como foco o estudo dos fatores psicológicos que levam uma pessoa a se tornar compulsivo por compras.

O consumo compulsivo é denominado de oniomania, nome dado pelos especialistas ao transtorno que gera um impulso incontrollável e constante de comprar produtos de forma exagerada, ou seja, a pessoa é viciada em compras, um dependente assim como um alcólatra, por exemplo.

Existem diferentes fatores que levam à oniomania, como biológicos, psicológicos e sociais. Os problemas do dia-a-dia são fortes fatores que influenciam o excesso de consumo, uma vez que comprar algo tem a função de preencher um vazio que possa vir a existir, o mesmo suprir uma insatisfação ou amenizar uma decepção sofrida.

Em síntese, a compulsão pelas compras serve para aliviar um sentimento de frustração, uma carência, a solidão e até mesmo a depressão. Comprar compulsivamente tem um efeito similar ao vício em drogas ou álcool.

O Comportamento de comprar compulsivamente é muito recorrente nas sociedades capitalistas, sendo que grande parte da população apresenta esse distúrbio de comportamento. A compra compulsiva pode ser definida como um comportamento crônico de comprar repetidas vezes como uma resposta a situações que envolvam sentimentos negativos. Essa compulsão é difícil de ser cessada e gera consequências muito prejudiciais à pessoa (PRADO, 2012).

Vale ressaltar que as consequências geradas pelo consumo compulsivo não se limitam apenas às consequências financeiras, como o endividamento, o oniomaníaco sofre psicologicamente devido ao sentimento de culpa existente nessas situações, ele também tem suas relações sociais afetadas, como por exemplo o afastamento de pessoas importantes na vida do indivíduo doente (PRADO, 2012).

A oniomania compreende seis características: depende de uma fonte externa; compensa um débito interior; o viciado sente-se dependente da fonte externa com o decorrer

do tempo; o viciado sente uma necessidade incontrolável de se envolver nesse comportamento repetidamente; devido à insatisfação da necessidade verdadeira o viciado tem a necessidade de aumentar a dosagem cada vez mais; o viciado apresenta a síndrome de abstinência quando não é capaz de empreender sua compulsão (PRADO, 2012).

Grande parte das pessoas têm a necessidade de fazer compras como uma fonte externa de melhorar o humor ou como uma forma de relaxar diante do stress ou emoções desagradáveis. A experiência de compras para o oniomaniaco traz uma satisfação que pode ser comparada à satisfação decorrente do uso de drogas, sendo que após a compra os problemas pessoais aparecem, como a culpa e a vergonha do que fez, além das questões financeiras, pois essas pessoas estão sempre afundadas em dívidas (PRADO, 2012).

É importante ressaltar que quando o indivíduo compulsivo não satisfaz seu desejo de comprar, em alguns casos, diante da síndrome da abstinência, poderão surgir sintomas como febre, tontura e dor de cabeça (PRADO, 2012).

No que diz respeito ao que motiva esse tipo de comportamento, pode-se afirmar que a obtenção de objetivos interpessoais e de autoestima é o que verdadeiramente estimula a pessoa a comprar e não necessariamente o desejo de possuir algum bem. Quando se compara o comprador compulsivo com consumidores normais, é possível observar que os oniomaniacos apresentam quadros de baixa estima em níveis maiores do que a maioria das pessoas, níveis de depressão elevados, obsessão compulsiva e são mais materialistas do que o comumente visto nas pessoas (FRIESE, 1999 *apud* PRADO, 2012).

Além disso, apesar de a maioria das pessoas compulsivas serem mulheres, não existe uma constância no perfil no que se refere à idade, à renda, à educação, ao estado civil ou mesmo à localização geográfica em que essa pessoa vive (PRADO, 2012).

Geralmente as pessoas que são compradoras compulsivas apresentam um histórico familiar de pessoas que possuem o mesmo tipo de comportamento de vícios ou desordens mentais, bem como a vivência de relações familiares caracterizadas pela proximidade mas banhadas pelo autoritarismo, ou pessoas que vivenciaram de algum modo a substituição do amor, do tempo ou da falta de atenção por dinheiro ou por presentes dos pais ou responsáveis (PRADO, 2012).

Diante de todos esses fatores apresentados, entende-se que a pessoa que apresenta características de onimania deve buscar um tratamento específico, uma vez que seus impulsos já não podem mais ser controlados por si. Dentre as opções de tratamento tem-se a terapia com psicanalistas, terapias cognitivas comportamentais e tratamentos psiquiátricos.

Por fim, é fundamental que esse comportamento seja tratado como uma doença e não como algum desvio de caráter que geram críticas da sociedade (FERREIRA, 2008).

Considerações Finais

O estudo demonstrou que o consumo compulsivo, também chamado de oniomania, é um transtorno causado pela ansiedade desencadeada pela necessidade de compra, saciada apenas quando há aquisição do produto.

Diante de um quadro diagnosticado de oniomania, os familiares ou pessoas que estejam mais próximas do consumista precisam entender que não é um caso normal de consumo e sim algo que ultrapassa os limites saldáveis de compras, devendo ajudar a pessoa compulsiva, estimulando-a a buscar um tratamento adequado. O consumo que ultrapassa os limites da normalidade é aquele em que a pessoa não consegue mais controlar o impulso, o desejo de comprar algo e diante do descontrole surge o sentimento de culpa, nesses casos essa compulsão é uma doença que precisa de tratamento psicológico.

Uma vez diagnosticado, o paciente oniomaniaco deverá ter um acompanhamento médico. Tentar fazer um controle por si só, sem acompanhamento de um profissional pode ser bem complicado, pois já não se trata só de deixar de comprar. A melhor solução para o caso é a psicoterapia.

Referências

CHIARA, I. D. et al. **Normas de documentação aplicadas à área de Saúde**. Rio de Janeiro: Editora E-papers, 2008.

PRADO, Mateus Ferraz. **A influência de fatores psicológicos e comportamentais no risco de crédito**: uma abordagem à luz da psicologia econômica. 2012. 136 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais Aplicadas) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2012.

FERREIRA, Vera Rita de Mello. **Psicologia Econômica**: estudo do comportamento econômico e da tomada de decisão. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.