



OFICINA DO CES

ces

Centro de Estudos Sociais
Laboratório Associado
Faculdade de Economia
Universidade de Coimbra

HUGO PINTO

**O CONSUMO COMPULSIVO: PERTURBAÇÃO
PSICOPATOLÓGICA, INFLUÊNCIAS SOCIAIS OU
COMPENSAÇÃO DO AFETO!**

**Janeiro de 2012
Oficina nº 378**

Hugo Pinto

O consumo compulsivo: perturbação psicopatológica, influências sociais ou compensação do afeto!

**Oficina do CES n.º 378
Janeiro de 2012**

OFICINA DO CES

Publicação seriada do

Centro de Estudos Sociais

Praça D. Dinis

Colégio de S. Jerónimo, Coimbra

Correspondência:

Apartado 3087

3000-995 COIMBRA, Portugal

Hugo Pinto*

Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Castelo Branco

O consumo compulsivo: perturbação psicopatológica, influências sociais ou compensação do afeto!

Resumo: O consumo compulsivo de bens materiais tem vindo, no decorrer das duas últimas décadas, a suscitar o interesse da comunidade científica, que procura compreender a relação entre os processos de consumo nas sociedades modernas e o bem-estar individual e social. Constituindo-se enquanto fenómeno complexo e multideterminado, a sua operacionalização nosográfica permanece controversa, dificultando a respetiva operacionalização etiológica e compreensão nosológica. Ausente dos principais manuais de classificação de doenças e de saúde mental, a relação do consumo compulsivo com a incapacidade de controlo dos impulsos e variáveis culturais e psicológicas associadas tem vindo a suscitar o interesse por parte da investigação científica.

Palavras-chave: consumo compulsivo, compras, bens materiais, influências sociais, identidade.

Introdução

Descrito pela primeira vez por Kraepelin (1915), o fenómeno do consumo compulsivo de bens materiais tem vindo a despertar o interesse de investigadores das mais distintas áreas do conhecimento (*e.g.* Faber *et al.*, 1987). Isto pela consciência relativa à importância que o comportamento dos consumidores detém para a compreensão dos efeitos de que os processos de consumo se revestem na sociedade e no bem-estar social (Hassay e Smith, 1996; O'Guinn e Faber, 1989).

Neste sentido, o fenómeno do consumo compulsivo tem-se revelado um dos tópicos que maior interesse tem despertado na comunidade científica, sobretudo no decorrer das últimas duas décadas. Perante a consciência da relevância que este fenómeno adquire nas sociedades modernas, os investigadores têm procurado estudá-lo de acordo com uma perspetiva holística e integrada, em estreita relação com a complexidade de que o mesmo se reveste.

* Professor do Ensino Básico, psicólogo clínico, mestre em psicologia clínica e da saúde pela Universidade de Coimbra, docente na Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Castelo Branco, bolsheiro de integração na investigação (BII) no Centro de Estudos Sociais (CES) da Universidade de Coimbra. E-mail: hugomiguelpinto@hotmail.com

Não obstante as limitações interpostas ao seu estudo, a investigação tem procurado direcionar o foco para a operacionalização do consumo compulsivo patológico, procurando estabelecer critérios nosográficos ao nível das suas manifestações clínicas e das variáveis psicológicas e sociais implicadas.

O consumo compulsivo, especificamente o ato de comprar, serve geralmente propósitos distintos, como parte integrante de uma atividade lúdica, ou constituindo mesmo uma forma de construir e expressar a identidade. O consumo de bens materiais, em determinados momentos, pode ainda servir como um controlo ou apaziguamento das emoções, compensando um mal-estar interior mais ou menos inconsciente, ou um acontecimento stressante da vida ao qual são inerentes claras contrapartidas emocionais.

No decurso do presente artigo, procuraremos empreender uma revisão teórica dos principais aspetos e das dimensões a que o fenómeno do consumo compulsivo se encontra associado. Neste sentido, procuraremos estabelecer uma integração de conhecimentos, concomitantemente a uma exposição e discussão dos avanços científicos que se têm estabelecido ao nível da investigação no domínio psicológico e societal.

1. Operacionalização da perturbação de consumo compulsivo

Perturbações do foro psicológico relativamente ao consumo de bens materiais foram concetualizadas e descritas num sentido clínico, de modo pioneiro, por Kraepelin (1915) e Bleuler (1924). Nos seus textos de psiquiatria, Bleuler (*ibidem*) refere uma outra categoria mencionada por Kraepelin designada por *oniamania*. Neste sentido, as compras adquiririam, para os *oniomaníacos* (maníacos das compras), um carácter compulsivo conduzindo, inexoravelmente, à contração de dívidas ou a um atraso contínuo e sistemático no pagamento de dívidas, culminando em problemas graves de sobre-endividamento.

Bleuler (*ibidem*) descrevia as desordens de aquisição de bens materiais ou compras compulsivas como um exemplo de impulsos reativos ou insanidade impulsiva, agrupando-as nas mesmas categorias que integravam, por exemplo, a cleptomania ou a piromania. Por seu turno, alguns investigadores na área do comportamento do consumidor (Lewis, 2008) consideram a perturbação do consumo compulsivo como parte integrante do espectro aberrante do consumidor, onde também se incluiria o jogo compulsivo, o furto em lojas e o sobre-endividamento por via do crédito ao consumo.

Decorrente das transformações sociais e económicas operadas nos países ocidentais, a preocupação com a sua análise e compreensão tem suscitado, sobretudo nas últimas duas décadas, uma atenção particular ao nível da investigação científica, tendo a sua operacionalização sido sujeita a várias revisões teóricas e delimitação conceptual (*e.g.* Black, 2007). Não obstante os esforços empreendidos na operacionalização conceptual do consumo compulsivo, a sua delimitação permanece ainda hoje controversa. Neste sentido, uma das dificuldades acrescidas com que os investigadores se têm defrontado na operacionalização do consumo compulsivo diz respeito, precisamente, à validade do constructo e à operacionalização da sua própria avaliação (Manolis e Roberts, 2008).

As causas exatas que levam ao ato de comprar de forma compulsiva permanecem, contudo, por definir de modo absolutamente congruente e empiricamente validado. Contudo, Faber e O'Guinn (1992) sugeriram que este comportamento poderá resultar da interação de vários fatores biológicos e sociológicos, nomeadamente uma deficiência ao nível da transmissão neuro-química de serotonina (McElroy *et al.*, 1991), elevados níveis de materialismo (Dittmar, 2000), baixa autoestima (O'Guinn e Faber, 1989) e a valorização social do poder económico e da posse de bens materiais como forma de melhorar os níveis de felicidade subjetivamente percebidos (Faber e O'Guinn, 1992; Peele, 1985).

McElroy *et al.* (1994) procuraram conceptualizar o conceito em termos de critérios de diagnóstico, caracterizando o consumo compulsivo através da ocorrência de episódios frequentes de consumo ou impulsos de consumo que são experienciados como irresistíveis, supérfluos ou sem sentido. O comportamento de consumo compulsivo de bens materiais conduzem, por seu turno, a stress subjetivamente percecionado, disfunções sociais, conjugais e/ou ocupacionais e a problemas financeiros ou legais. O consumo excessivo de bens materiais não ocorreria, contudo, exclusivamente durante fases de mania ou hipomania.

Por seu turno, a sua classificação nosográfica continua, de modo análogo, a ser alvo de revisão científica e a suscitar esclarecimentos sucessivos. A sua definição não se encontra incluída em manuais de classificação estatística das doenças, especificamente no que se refere à Classificação Internacional de Doenças (CID-10), da Organização Mundial de Saúde (OMS), ou da saúde mental da Associação Americana de Psiquiatria,

especificamente no Manual de Diagnóstico e Estatística das Perturbações Mentais (DSM-IV-TR).

Não obstante a sua não inclusão nos principais manuais de classificação de doenças e de saúde mental, a oniomania, no sentido de Bleuler, foi incluída no DSM-III-R enquanto uma especificidade das perturbações de controlo dos impulsos não especificados (*e.g.* Grant *et al.*, 2005). De acordo com o DSM, as perturbações do controlo dos impulsos partilham a incapacidade de resistir aos impulsos ou à tentação de realizar atos danosos para o próprio ou terceiros.

Por seu turno, alguns autores têm relacionado o consumo compulsivo de bens materiais com as perturbações aditivas (Glatt e Cook, 1987), alimentares (Christenson *et al.*, 1994; Black, 2001), ou com as perturbações do humor (Lejoyeux *et al.*, 1996), enquanto outros têm defendido a sua operacionalização em estreita relação com as perturbações obsessivo-compulsivas (Hollander e Allen, 2006; Dell'Osso *et al.*, 2006; Ravindran *et al.*, 2009).

Nas análises efetuadas no âmbito de um estudo realizado por DeSarbo e Edwards (1996), dirigido aos antecedentes do consumo compulsivo, os investigadores encontraram uma subdivisão dos consumidores compulsivos em dois grupos. Num primeiro grupo, verificou-se que o consumo compulsivo parecia ser motivado por determinantes psicológicos, tais como a baixa autoestima ou a ansiedade, enquanto, no segundo grupo identificado, os determinantes da motivação para o consumo compulsivo prendiam-se diretamente com o contexto imediato dos indivíduos, tais como os valores materiais ou o isolamento social. De modo concordante com outros estudos, a impulsividade adquiria um relevo particular em ambos os grupos, corroborando a atual compreensão nosológica do fenómeno compulsivo.

A falta de consenso relativamente à operacionalização e descrição nosográfica do consumo compulsivo representa níveis de dificuldade acrescidos para a sua compreensão nosológica, decorrentes da sua multideterminação e complexidade. Neste sentido, as manifestações clínicas e as dimensões socioculturais têm vindo a direcionar o foco dos investigadores na procura da compreensão nosológica do fenómeno do consumo compulsivo.

1.1. Manifestações clínicas

Pesem embora as dificuldades etiológicas, nosológicas e conceituais na definição do consumo compulsivo, especificamente de bens materiais, coexiste um consenso alargado na comunidade científica relativamente às limitações financeiras que coloca (Lewis, 2008; Soman, 2001) e consequências psicológicas que envolve (Baumeister, 2002).

As pessoas com compulsão para as compras ou para o consumo de bens materiais, como temos vindo a referir, manifestam um mal-estar e sofrimento psicológico que advém da urgência para comprar. Por seu turno, estes são desencadeados por estados negativos de alteração do humor, como sejam o caso da ansiedade, manifesta ou latente, o humor depressivo ou ainda o desprazer ou o tédio (Faber e Christenson, 1996; McElroy *et al.*, 1994). As suas manifestações compulsivas em relação às compras, e o gasto excessivo que daí advém, resultam frequentemente em sentimentos de culpa, vergonha ou remorso (Miltenberger *et al.*, 2003).

A falência crónica, repetitiva e recorrente da autorregulação do controlo compulsório é amplamente considerada como a causa para os comportamentos manifestos de consumo inapropriado e excessivo, resultando, muitas vezes, em sobreendividamento familiar e pessoal (Kellett e Bolton, 2009). O apelo ao consumismo a que se assiste nas sociedades ocidentais parece constituir, por seu turno, um importante fator que acrescenta alguma fragilidade e vulnerabilidade no controlo compulsivo para as compras (Dittmar, 2005).

Neste sentido, os compradores compulsivos identificáveis e assumidos referem, frequentemente, o seu comportamento como repetitivo, coexistindo pensamentos intrusivos acerca do consumo, aos quais procuram resistir sem êxito aparente (Christenson *et al.*, 1994; Mueller *et al.*, 2007).

Numa tentativa de operacionalizar as manifestações clínicas do consumo compulsivo, Workman e Paper (2010) propuseram a identificação de dois fatores: a urgência e o desejo de comprar ou consumir e o autocontrolo manifestado. Neste sentido, os compradores compulsivos seriam caracterizados pela grande urgência em comprar, concomitantemente com o baixo autocontrolo ou défices ao nível do sistema de regulação compulsório, conforme corroborado pelos relatos em contexto clínico.

Em contexto clínico, os compradores compulsivos descrevem usualmente a experiência como de marcada intensidade, caracterizada por um crescente nível de

ansiedade que, devido ao controlo insuficiente perante os seus impulsos para comprar, apenas diminui depois do ato da compra (Christenson *et al.*, 1994).

Miltenberger *et al.* (2003) referem que emoções negativas tais como raiva, ansiedade, tédio e pensamentos autocríticos seriam considerados os antecedentes mais comuns às compulsões de comprar. Por seu turno, manifestações eufóricas ou alívio das emoções negativas seriam as consequências mais comuns propulsoras da compulsão à repetição de tais comportamentos. Lejoyeux *et al.* (1996) acrescentam, ainda, que para determinadas pessoas as compras sem controlo podem servir como um mecanismo compensatório para os sentimentos depressivos. Neste sentido, as compras compulsivas substituem carências afetivas, como o reconhecimento ou a aceitação em pessoas com baixo autoconceito social, permitindo a expressão da raiva e da agressão latente e contida sobre os outros, ao transmitir uma sensação de poder e de controlo sobre os outros (Faber e O'Guinn, 1992).

1.2. Comorbilidade

Uma preocupação crescente com a análise e reflexão em torno da comorbilidade existente ao nível do consumo compulsivo de bens materiais tem vindo a ser considerada pela investigação, com o objetivo de valorizar a fidedignidade da operacionalização do conceito. Uma variedade de características psicológicas dos compradores compulsivos tem vindo, deste modo, a ser examinada com resultados nem sempre congruentes (Mueller *et al.*, 2010).

Por seu turno, as investigações têm associado de modo recorrente o consumo compulsivo a elevados níveis de comorbilidade psiquiátrica. Em amostras clínicas, tem-se verificado que as perturbações da ansiedade e do humor, a perturbação obsessivo-compulsiva, as perturbações da personalidade e as perturbações do controlo dos impulsos (co)ocorrem, de modo mais frequente, em conjugação com o comportamento compulsório de comprar (Frost *et al.*, 2009; McElroy *et al.*, 1994; Schlosser *et al.*, 1994). Mais recentemente, no que toca à comorbilidade psiquiátrica, foram publicados os resultados de um estudo envolvendo 171 indivíduos com perturbação de consumo compulsivo de bens materiais que vêm corroborar estes dados. Da amostra em estudo, verificou-se a existência de diagnóstico clínico generalizado do eixo I¹ do DSM-IV-TR (Mueller *et al.*, 2010).

¹ *I.e.* perturbações clínicas, outras situações clínicas que podem ser alvo de atenção médica.

Neste sentido, um número considerável de estudos tem vindo a sugerir que um leque alargado de perturbações poderá enquadrar-se no espectro das perturbações obsessivo-compulsivas (Du Toit *et al.*, 2001). As perturbações incluídas neste espectro incluem, por exemplo, as perturbações alimentares ou as perturbações relacionadas com o controlo dos impulsos. A sua relação verifica-se ao nível da partilha de características com a perturbação obsessivo-compulsiva. As perturbações do espectro obsessivo-compulsivo partilham a idade de início, o curso clínico, a comorbidade e a resposta a terapias comportamentais e farmacológicas com a perturbação obsessivo-compulsiva. Não obstante este facto, alguns autores alertam para o carácter sobreinclusivo na definição de perturbações do espectro obsessivo-compulsivo (Du Toit *et al.*, 2001). Uma das perturbações incluídas no espectro das perturbações obsessivo-compulsivas refere-se precisamente ao comprar compulsivo. De facto, segundo Du Toit *et al.* (*ibidem*) as primeiras descrições relativamente ao fenómeno do comprar compulsivo derivaram diretamente dos critérios da perturbação obsessivo-compulsiva.

McElroy *et al.* (1994 e 1995) descreveu o descontrolo consumista como uma forma de comportamento compulsivo relacionada com o desejo obsessivo de comprar roupas ou outros bens manifestamente não necessários. As compras podem ser vistas como uma tentativa de neutralizar a ansiedade e o desconforto, comparável às compulsões secundárias às obsessões. O padrão de compras descontrolado assemelha-se à sequência de pensamentos e comportamentos associados à perturbação obsessivo-compulsiva (*e.g.* Frost *et al.*, 1998; Lejoyeux *et al.*, 1999).

Por outro lado, os investigadores têm-se debruçado na análise dos fatores culturais e sociais relacionados com o comportamento compulsório para as compras e a aquisição de bens materiais. Neste sentido, tem-se analisado a influência do materialismo e de constructos interpessoais como, por exemplo, a inveja e/ou a generosidade associadas (Scherhorn *et al.*, 1990; O'Guinn e Faber, 1989). Outros investigadores têm direcionado a sua atenção para a relação entre o consumo compulsivo e o constructo de *hoarding* (*i.e.* acumulação), definido como a “aquisição de bens materiais ou a incapacidade de se desprender de um elevado conjunto de posses ou aquisições que aparentam ser irrelevantes, inúteis e/ou de diminuto valor” (Frost e Hartl, 1996: 341). Neste sentido, os resultados têm evidenciado que muitos dos consumidores compulsivos apresentam níveis elevados de acumulação compulsiva de bens materiais (Frost *et al.*, 2002),

estabelecendo uma relação entre os dois fenômenos (Frost e Hartl, 1996; Frost *et al.*, 1998) e adensando as relações entre o consumo compulsivo e os fatores socioculturais.

2. As sociedades modernas e o consumo compulsivo

Perante as mudanças operadas constantemente nas sociedades modernas, impõe-se na investigação uma análise dos fatores e da influência societal na construção de uma sociedade de consumo.

Desde o início das civilizações que os seres humanos têm revelado sempre uma extraordinária capacidade adaptativa. Com as mudanças e transformações profundas operadas nas sociedades modernas, o consumo e a aquisição de bens não permaneceram inalterados, transmutando a sua própria natureza. Se na sua origem o consumo tinha por base a necessidade de provisões para satisfazer as necessidades de alimento, o consumo e a aquisição de bens materiais nas sociedades modernas adquiriram o estatuto de perfil identificatório e identitário de determinada classe social, também definido pelo respetivo poder de compra (Dittmar e Beatty, 1998; McCracken, 1990; Campbell, 2004).

O consumo e a aquisição de bens materiais nas sociedades modernas tornaram-se um fenómeno crucial, adquirindo o estatuto de atividade de recreio ou passatempo amplamente encorajado socialmente.

Por seu turno, nas sociedades modernas regidas por uma sociedade de mercado, o consumo passou a representar não apenas uma atividade de reconhecimento social como um dever patriótico, generalizando-se ao nível político e dos meios de comunicação a ideia de que o consumismo representa o antídoto das recessões económicas a que a sociedade se pretende esquivar (Neuner *et al.*, 2005).

Neste sentido, o consumo compulsivo de bens materiais pode ser concebido como um sinal visível de uma conformidade social excessiva. Do mesmo modo, as mudanças operadas nas sociedades modernas transformam o comportamento consumista humano num fenómeno altamente complexo, percecionado como um advento inevitável dos sinais dos tempos e das sociedades de consumo atuais (Mick *et al.*, 2004).

3. Fatores culturais e materialismo

Ao nível da investigação, os dados existentes indicam que a compulsão de consumo de bens materiais se encontra em ascensão e é relativamente comum na população geral.

Estima-se que a prevalência do consumo compulsivo nos Estados Unidos da América se situa pelos 5,8% (Koran *et al.*, 2006), enquanto em países da Europa ocidental a sua prevalência é estimada ao nível dos 7% (Neumer *et al.*, 2005).

Alguns investigadores argumentam que o fenómeno do comprar compulsivamente exige a existência de mecanismos culturais para o seu desenvolvimento, conforme comprovado pelo facto de os comportamentos compulsórios para as compras se verificarem, principalmente, em países desenvolvidos (Black, 2001). Black (*ibidem*) equacionou como condições *sine qua non* para o desenvolvimento de tais comportamentos compulsórios a permanência de uma economia de mercado globalizada, a existência de uma grande variedade e diversidade de produtos, a disponibilidade de tempo de lazer que permita a sua efetivação e ainda, com o advento das formas de organização familiares, um orçamento disponível e autónomo em qualquer interveniente. Este é um aspeto particularmente importante quando temos em atenção os fatores culturais do desenvolvimento do consumo compulsivo, uma vez que o consumismo generalizado e o uso permanente de cartões de crédito se tornaram ícones de poder e estatuto socioeconómico. Este aspeto e o da problemática afetiva poderão estabelecer o elo de ligação que justifique a prevalência de tais comportamentos por parte das mulheres, inseridas numa sociedade ainda dominada pelo sexo oposto. Neste sentido, dos comportamentos compulsórios para as compras emergem a fragilidade afetiva e a função autonómica como expressão reivindicativa e identificatória (Hanley e Wilhelm, 1992).

Mais recentemente, o estudo associativo entre a preocupação com a posse de bens materiais (*i.e.* materialismo) e o consumo compulsivo destes (*i.e.* comprar compulsivo) tem vindo a tornar-se um dos temas que maior interesse tem despertado no seio da comunidade científica internacional (*e.g.*, Dittmar, 2005; Mowen e Spears, 1999).

Nas últimas décadas, o fenómeno do materialismo exacerbado tem figurado como um condicionante cultural do consumo compulsivo (Griffin *et al.*, 2004). O materialismo tem vindo a ser definido como um conjunto de crenças acerca da importância da posse de bens materiais na vida (Richins e Dawson, 1992), assente em três dimensões interdependentes, colocando, por um lado, as posses e respetiva aquisição enquanto domínios centrais na vida das pessoas. Por outro, tende-se a avaliar e a julgar o sucesso pessoal e o de terceiros pela quantidade e qualidade das posses acumuladas, e, por último, tende-se a entender as posses materiais como essenciais para

a felicidade. Segundo Richins e Dawson (*ibidem*), as pessoas materialistas exercem o seu objetivo principal de aquisição de bens materiais. A aquisição de bens materiais resulta, deste modo, essencial para o seu autoconceito, sucesso e bem-estar. De um ponto de vista histórico, têm sido consideradas duas perspetivas de análise do fenómeno. Por um lado a associação entre o materialismo e o bem-estar subjetivamente percecionado (Burroughs e Rindfleisch, 2002; Christopher *et al.*, 2009) e, por outro, a associação entre o materialismo e as disrupções comportamentais (Vansteenkiste *et al.*, 2006).

4. Crédito ao consumo

As consequências em termos de orçamento financeiro decorrentes do consumo compulsivo de bens materiais, não obstante o endividamento generalizado a nível social, são corroboradas pelo sobre-endividamento dos compradores compulsivos referidos em diversos estudos (Christenson *et al.*, 1994; O'Guinn e Faber, 1989).

O fácil acesso ao crédito, nomeadamente através da posse generalizada de cartões de crédito, permite aos consumidores a disponibilidade imediata de dinheiro para satisfazer os seus desejos consumistas e exacerbar perniciosamente as suas incapacidades de controlo dos impulsos compulsórios (Lo e Harvey, 2011; Soman, 2001). Nas sociedades modernas este é concebido como um dos principais fatores que contribui para o sobre-endividamento das famílias e do consumo compulsivo de bens materiais.

O crédito ao consumo é responsável, deste modo, em grande medida, pelo aumento do consumo compulsivo de bens materiais, uma vez que permite e fomenta estilos de vida e de consumo acima das possibilidades das pessoas (Lo e Harvey, 2011). O'Guinn e Faber (1989), a este respeito, verificaram que os compradores compulsivos tendem a possuir mais cartões de crédito que a generalidade das pessoas.

Por seu turno, a acessibilidade e generalização do uso de cartões de crédito apresentam-se de grande utilidade para as pessoas com recursos económicos mais limitados, que anseiam por satisfazer os seus impulsos consumistas (Hirschman, 1979; Baumeister, 2002). Concomitantemente, os estudos de investigação científica demonstram que, aquando da posse de cartões de crédito, as pessoas consomem mais ou de modo mais rápido (Feinberg, 1986), em grande parte devido ao carácter abstrato e de maior distanciamento relativamente ao dinheiro que as transações por via de cartão de

crédito suscitam, evidenciando um conhecimento diminuto relativamente às implicações associadas aos cartões de crédito (Wiener *et al.*, 2007).

Num estudo realizado com doentes psiquiátricos que evidenciavam comportamentos compulsivos relativamente a bens materiais, McElroy *et al.* (1994) demonstraram que a disponibilidade de cartões de crédito era fator precipitante para o aumento de compras compulsivas. Na investigação científica verifica-se, ainda, que os consumidores compulsivos tendem a utilizar erroneamente as facilidades/oportunidades de crédito (*e.g.*, Magee, 1994; Roberts, 1998; Roberts e Jones, 2001).

Conclusão

As compras compulsivas são caracterizadas por comportamentos compulsivos, repetitivos e excessivos de compras sem significado. O comportamento de consumo compulsivo de bens materiais conduz, por seu turno, a stress subjetivamente percecionado, disfunções sociais, conjugais e/ou ocupacionais, e a problemas financeiros ou legais. A conceptualização deste comportamento não detém uma conceção única devido à sua classificação incerta. O DSM-IV não contempla nenhuma categoria para a perturbação de compras compulsivas, sendo os compradores compulsivos relegados para a categoria ‘Perturbação do controlo dos impulsos não especificados’.

As causas exatas do comportamento de comprar compulsivamente permanecem, contudo, por operacionalizar de modo absolutamente congruente e empiricamente validado.

Neste sentido, têm sido referidas deficiências ao nível da transmissão neuroquímica de serotonina e a baixa autoestima dos consumidores compulsivos, onde as compras assumem o determinante de mecanismo compensatório que lhes permite sentirem-se, temporariamente, melhor com eles próprios. Deste modo se justifica a razão pela qual os objetos mais frequentemente adquiridos são artigos de roupa ou joalharia, frequentemente associados a formas de reconhecimento social.

Por seu turno, alguns investigadores argumentam que o fenómeno do comprar compulsivamente depende de modo direto da existência de mecanismos sociais e culturais para o seu desenvolvimento (Black, 2001). Neste mesmo sentido, outros autores estabelecem uma visão integrativa do fenómeno, comportando à sua etiologia e desenvolvimento a interação de fatores de ordem biológica e sociológica. Não obstante

as dificuldades associadas à sua operacionalização e delimitação conceptual, o consumo compulsivo e o seu desenvolvimento situam-se na interseção e interdependência de variáveis socioculturais, consubstanciando a sua representatividade sob uma perspetiva sociocultural e revestindo-se de implicações económicas, sociais e psicológicas, ao nível do bem-estar e saúde mental.

Referências bibliográficas

- Baumeister, Roy (2002), “Yielding to Temptation: Self-Control failure, impulsive purchasing, and consumer behavior”, *Journal of Consumer Research*, 28, 670-676.
- Black, Donald (2001), “Compulsive Buying Disorder: Definition, assessment, epidemiology and clinical management”, *CNS Drugs*, 15(1), 17-27.
- Black, Donald (2007), “A Review of Compulsive Buying Disorder”, *World Psychiatry*, 6, 14-18.
- Bleuler, Eugen (1924), *Textbook of Psychiatry*. New York: McMillan.
- Burroughs, James; Rindfleisch, Aric (2002), “Materialism and Well-being: A conflicting values perspective”, *Journal of Consumer Research*, 29, 348-370.
- Campbell, Colin (2004), “I Shop Therefore I Know That I Am. The Metaphysical Basis of Modern Consumption”, in Karin Ekström; Helena Brembeck (orgs.), *Elusive consumption*. Oxford: Berg, 27-44.
- Christenson, Gary; Faber, Ronald J.; De Zwaan, Martina; Raymond, Nancy C.; Specker, Sheila M.; Ekern M. D.; Mackenzie T. B.; Crosby, Ross D.; Crow, Scott J.; Eckert, Elke D. (1994), “Compulsive Buying: Descriptive characteristics and Psychiatric comorbidity”, *Journal of Clinical Psychiatry*, 55(1), 5-11.
- Christopher, Andrew; Saliba, Liliane; Deadmarsh, Erik J. (2009), “Materialism and Well-being: The mediating effect of locus of control”, *Personality and Individual Differences*, 46(7), 682-686.
- Dell'Osso, Bernardo; Altamura, Alfredo Carlo; Allen, Andrea; Marazziti, Donatella; Hollander, Eric (2006), “Epidemiologic and Clinical Updates on Impulse Control Disorders: A critical review”, *European Archives of Psychiatry and Clinical Neuroscience*, 256(8), 464-475.

- DeSarbo, Wayne; Edwards, Elizabeth (1996), "Typologies of Compulsive Buying Behavior, a Constrained Clusterwise Regression Approach". *Journal of Consumer Psychology*, 5, 231-262.
- Dittmar, Helga (2000), "The Role of Self-Image in Excessive Buying", in April Benson (org.), *I Shop, Therefore I Am: Compulsive buying and the search for self*. New Jersey: Jason Aronson, 105-132.
- Dittmar, Helga (2005), "Compulsive Buying - A growing concern? An examination of gender, age, and endorsement of materialistic values as predictors", *British Journal of Psychology*, 96, 467-491.
- Dittmar, Helga; Beatty, Jane (1998), "Impulsive and excessive buying behavior", in Peter Taylor-Gooby (org.), *Choice and Public Policy. The limits to welfare markets*. London: Macmillan, 123-144.
- Du Toit, Pieter; van Kradenburg, Jeanine; Niehaus, Dana; Stein, Dan J. (2001), "Comparison of Obsessive-compulsive Disorder Patients With and Without Comorbid Putative Obsessive Compulsive Spectrum Disorders Using a Structured Clinical Interview", *Comprehensive Psychiatry*, 42(4), 291- 300.
- Faber, Ronald; O'Guinn, Thomas C.; Krych, Raymond (1987), "Compulsive Consumption", in Melanie Wallendorf; Paul Anderson (orgs.), *Advances in Consumer Research* (Vol. 14). Provo, UT: Association for Consumer Research, 132-135.
- Faber, Ronald; O'Guinn, Thomas (1992), "A clinical Screener for Compulsive Buying", *Journal of Consumer Research*, 19, 459-469.
- Faber, Ronald; Christenson, Gary (1996), "In the Mood to Buy: Differences in the mood states experienced by compulsive buyers and other consumers", *Psychology & Marketing*, 13, 803-819.
- Feinberg, Richard (1986), "Credit Cards as Spending Facilitating Stimuli: A conditioning interpretation", *Journal of Consumer Research*, 13, 348-356.
- Frost, Randy; Hartl, Tamara (1996), "A Cognitive-Behavioral Model of Compulsive Hoarding", *Behaviour Research and Therapy*, 34(4), 341-350.
- Frost, Randy; Kim, H.; Morris, C., Bloss, C.; Murray-Close, M.; Steketee, G. (1998), "Hoarding, Compulsive Buying and Reasons for Saving", *Behaviour Research and Therapy*, 36(7-8), 657-664.

- Frost, Randy; Steketee, Gail; Williams, Lauren (2002), "Compulsive Buying, Compulsive Hoarding and Obsessive Compulsive Disorder", *Behavior Therapy*, 33, 201-214.
- Frost, Randy; Tolin, David F.; Steketee, Gail; Fitch, Kristin E.; Selbo-Bruns, Alexandra (2009), "Excessive Acquisition in Hoarding", *Journal of Anxiety Disorders*, 23(5), 632-639.
- Glatt, Max; Cook, Christopher (1987), "Pathological Spending as a Form of Psychological Dependence", *British Journal of Addiction*, 82(11), 1257-1258.
- Grant, Jon; Levine, Laura; Kim, Daniel; Potenza, Marc N. (2005), "Impulse Control Disorders in Adult Psychiatric Inpatients", *American Journal of Psychiatry*, 162(11), 2184-2188.
- Griffin, Mitch; Babin, Barry J.; Christensen, Finn (2004), "A Cross-Cultural Investigation of the Materialism Construct. Assessing the Richins and Dawson's Materialism Scale in Denmark, France and Russia", *Journal of Business Research*, 57(8), 893-900.
- Hanley, Alice; Wilhelm, Mari (1992), "Compulsive Buying: An exploration into self-esteem and money attitudes", *Journal of Economic Psychology*, 13, 5-18.
- Hassay, Derek; Smith, Malcolm (1996), "Compulsive Buying: An examination of the consumption motive", *Psychology and Marketing*, 13, 741-752.
- Hirschman, Elizabeth (1979), "Differences in Consumer Purchase Behavior by Credit Card Payment System", *Journal of Consumer Research*, 6, 58-66.
- Hollander, Eric; Allen, Andrea (2006), "Is Compulsive Buying a Real Disorder, and is it Really Compulsive?", *American Journal of Psychiatry*, 163, 1670-1672.
- Kellett, Stephen; Bolton, Jessica (2009), "Compulsive Buying: A cognitive-behavioural model", *Clinical Psychology and Psychotherapy*, 16(2), 83-99.
- Koran, Lorrin; Faber, Ronald J.; Aboujaoude, Elias; Large, Michael D.; Serpe, Richard T. (2006), "Estimated Prevalence of Compulsive Buying Behavior in the United States", *The American Journal of Psychiatry*, 163(10), 1806-1812.
- Kraepelin, Emil (1915), *Psychiatrie*. Leipzig: Barth [8^a ed.].
- Lejoyeux, Michel; Adès, Jean; Tassain, Valérie; Solomo, Jacquelyn (1996), "Phenomenology and Psychopathology of Uncontrolled Buying", *American Journal of Psychiatry*, 153(12), 1524-1529.

- Lejoyeux, Michel; Haberman, Nathalie; Solomon, Jacquelyn; Adès, Jean (1999), "Comparison of Buying Behavior in Depressed Patients Presenting with or without Compulsive Buying", *Comprehensive Psychiatry*, 40(1), 51-56.
- Lewis, Alan (org.) (2008), *The Cambridge Handbook of Psychology and Economic Behaviour*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lo, Hui-Yi; Harvey, Nigel (2011), "Shopping without Pain: Compulsive buying and the effects of credit card availability in Europe and the Far East", *Journal of Economic Psychology*, 32, 79-92.
- Magee, Allison (1994), "Compulsive Buying Tendency as a Predictor of Attitudes and Perceptions", *Advances in Consumer Research*, 21, 590-594.
- Manolis, Chris; Roberts, James (2008), "Compulsive Buying: Does it matter how it's measured?", *Journal of Economic Psychology*, 29, 555-576.
- McCracken, Grant (1990), *Culture and Consumption*. Indianapolis: Indiana University Press.
- McElroy, Susan; Satlin, A.; Pope, H. G.; Keck, P. E. (1991), "Treatment of Compulsive Shopping with Antidepressants: A report of three cases", *Annual Clinical Psychiatry*, 3(3), 199-204.
- McElroy, Susan; Keck, P. E.; Pope, H. G.; Smith, J.N.; Strakowski, S. (1994), "Compulsive Buying: A report of 20 cases", *Journal of Clinical Psychiatry*, 55(6), 242-248.
- McElroy, Susan; Keck, Paul E.; Phillips, Katherine A. (1995), "Kleptomania, Compulsive Buying, and Binge Eating Disorder", *Journal of Clinical Psychiatry*, 56(supl. 4), 14-26.
- Mick, David; Broniarczyk, Susan M.; Haidt, Jonathan (2004), "Choose, Choose, Choose, Choose, Choose, Choose, Choose, Choose: Emerging and prospective research on the deleterious effects of living in consumer hyperchoice", *Journal of Business Ethics*, 52(2), 207-211.
- Miltenberger, Raymond; Redlin, Jennifer; Crosby, Ross; Stickney, Marcella; Mitchell, Jim; Wonderlich, Stephen; Faber, Ronald; Smyth, Joshua (2003), "Direct and Retrospective Assessment of Factors Contributing to Compulsive Buying", *Journal of Behavior Therapy and Experimental Psychiatry*, 34(1), 1-9.

- Mowen, John; Spears, Nancy (1999), "Understanding Compulsive Buying among College Students: A hierarchical approach", *Journal of Consumer Psychology*, 8, 407-430.
- Mueller, Astrid; Mueller, Ulrike; Albert, Patricia; Mertens, Christian; Silbermann, Andrea; Mitchell, James E.; De Zwaan, Martina (2007), "Hoarding in a Compulsive Buying Sample", *Behaviour Research and Therapy*, 45(11), 2754-2763.
- Mueller, Astrid; Claes, Laurence; Mitchell, James E.; Wonderlich, Stephen A.; Crosby, Ross D.; De Zwaan, Martina (2010), "Personality Prototypes in Individuals with Compulsive Buying Based on the Big Five Model", *Behaviour Research and Therapy*, 48(9), 930-935.
- Neuner, Michael; Raab, G.; Reisch, L. (2005), "Compulsive Buying in Maturing Consumer Societies: An empirical re-inquiry", *Journal of Economic Psychology*, 26(4), 509-522.
- O'Guinn, Thomas; Faber, Ronald (1989), "Compulsive Buying: A phenomenological exploration", *Journal of Consumer Research*, 16, 147-157.
- Peele, Stanton (1985), *The Meaning of Addiction: Compulsive experience and its interpretation*. Lexington: Lexington Books.
- Ravindran, Arun; da Silva, Tricia L.; Ravindran, Lakshmi N.; Richter, Margaret A.; Rector, Neil A. (2009), "Obsessive-Compulsive Spectrum Disorders: A review of the evidence-based treatments", *Canadian Journal of Psychiatry*, 54, 331-341. |
- Richins, Marsha; Dawson, Scott (1992), "A Consumer Values Orientation for Materialism and its Measurement: Scale development and validation", *Journal of Consumer Research*, 19, 303-316.
- Roberts, James (1998), "Compulsive Buying among College students: An investigation of its antecedents, consequences, and implications for public policy", *Journal of Consumer Affairs*, 32(2), 295-319.
- Roberts, James; Elis Jones (2001), "Money Attitudes, Credit Card Use, and Compulsive Buying among American College Students", *The Journal of Consumer Affairs*, 35, 213-239.
- Scherhorn, Gerhard; Reisch, Lucia A.; Raab, Gerhard (1990), "Addictive Buying in West Germany: An empirical study", *Journal of Consumer Policy*, 13, 355-387.

- Schlosser, Steven; Black, Donald W.; Repertinger, Susan; Freet, Daniel (1994), "Compulsive Buying. Demography, Phenomenology, and Comorbidity in 46 Subjects", *General Hospital Psychiatry*, 16(3), 205-212.
- Soman, Dilip (2001), "Effects of Payment Mechanism on Spending Behavior: The role of rehearsal and immediacy of payments", *Journal of Consumer Research*, 27, 460-474.
- Vansteenkiste, Maarten; Duriez, B.; Simons, J.; Soenens, B. (2006), "Materialistic Values and Well-Being among Business Students: Further evidence for their detrimental effect", *Journal of Applied Social Psychology*, 36, 2892-2908.
- Wiener, Richard; Holtje, Michael; Winter, Ryan J.; Cantone, Jason A.; Gross, Karen; Block-Lieb, Susan (2007), "Consumer Credit Card Use: The roles of creditor disclosure and anticipated emotion", *Journal of Experimental Psychology*, 13, 32-46.
- Workman, Letty; Paper, David (2010), "Compulsive Buying: A theoretical framework", *The Journal of Business Inquiry*, 9, 89-126.