

# REVISTA

# FAROL

FACULDADE ROLIM DE MOURA

---

ISSN Eletrônico: **2525-5908**

[www.revistafarol.com.br](http://www.revistafarol.com.br)

## **Transtorno obsessivo compulsivo: acumulação, a outra face do consumismo**

Eliza Regina Teixeira Struckel  
Ana Lúcia de Arruda Silva  
Antônio Carlos Zandonadi

## Transtorno obsessivo compulsivo: acumulação, a outra face do consumismo

Eliza Regina Teixeira Struckel<sup>1</sup>

Ana Lúcia de Arruda Silva<sup>2</sup>

Antônio Carlos Zandonadi<sup>3</sup>

**RESUMO:** Este artigo tem como método de estudo fontes bibliográficas, com o intuito de apresentar os aspectos históricos do capitalismo e como exercem domínio nas pessoas, estabelecendo a correlação entre o consumismo a necessidade do indivíduo em dar simbologia na sua existência, através da compulsão por compras, discorrendo sobre a psicopatologia do Transtorno Obsessivo-Compulsivo (TOC), suas comorbidades, a dependência psicológica no ato de consumir desnecessário e incontrolavelmente, afetando-o em todos os aspectos e sentidos, desde acumular a endividar-se e o isolamento social e familiar. E o quanto é importante o diagnóstico precoce e a busca de tratamento.

**Palavras-chave:** Consumismo. Transtorno obsessivo compulsivo. Acumulação compulsiva.

## Obsessive compulsive disorder: accumulation, the other face of the consumerism

**ABSTRACT:** This article has literature sources as study methods, in order to present the historical aspects of capitalism and how it has control on people, establishing the correlation between consumerism and the individual's need to give symbolism to their existence through compulsion for shopping, discoursing on the psychopathology of Obsessive Compulsive Disorder (OCD), its comorbidities, the psychological dependence in the act of unnecessary and uncontrollably consuming, affecting it in all aspects and meanings, from accumulate to run into debt, social and family isolation. And how important the early diagnosis and the search for treatment is.

**Keywords:** Consumerism. Obsessive Compulsive Disorder. Compulsive hoarding.

## 1 INTRODUÇÃO

Esta pesquisa teve como o intuito discorrer sobre o transtorno obsessivo compulsivo por acumulação<sup>4</sup> ou colecionismo, classicamente denominada por “Neurose Obsessivo-compulsiva”, dotada de uma importante gravidade aos que sofrem o transtorno no sentido em que interfere na vida cotidiana do indivíduo, causando sofrimento, dependência psicológica correlacionando-a ao fato de consumir, de maneira desnecessária e incontrolavelmente,

---

<sup>1</sup> Discente do curso de Psicologia da Faculdade de Rolim de Moura – FAROL. E-mail: elizaregina75@hotmail.com.

<sup>2</sup> Docente no curso de Psicologia da FAROL – Faculdade de Rolim de Moura.

<sup>3</sup> Docente no curso de Psicologia da FAROL – Faculdade de Rolim de Moura.

<sup>4</sup> Observe-se que a expressão foi atualizada de acordo com (APA). *Manual diagnóstico e estatístico de transtornos mentais: DSM-5* (2014) e a expressão *coleccionismo*, também referenciada na obra e por outros autores.

afetando muitos e em todos os sentidos por acumular e endividar – se.

Sobretudo, num mundo onde a mídia e a publicidade exercem domínios nas pessoas, e muito mais além nos que possuem esse transtorno obsessivo compulsivo, interferindo na vida em um número grande de pessoas, que acabam por não conseguir sair deste enredo, consolidando assim crises financeiras, transtornos emocionais e familiares, bem como, limitações no desempenho psicossocial.

Essa perturbação psiquiátrica constitui-se nos dias atuais, como uma das bases de diagnósticos de saúde mental mais crescente, causador de profundos transtornos nos envolvidos, como fracassos, isolamento da pessoa em seu meio. A pesquisa buscou esclarecer com esse referencial teórico, quanto aos sinais desses transtornos, e quanto ao diagnóstico precoce, possibilitando ao tratamento dessa doença para melhor qualidade de vida.

## **2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **2.1 Fundamentos históricos do capitalismo e consumismo: importância às necessidades psicológicas e sociais do homem através do tempo**

Historicamente a primeira movimentação de consumo começou com as grandes navegações no final do século XV. É preciso antes de tudo, compreender um pouco do consumo e sua trajetória até os dias de hoje. Esse conjunto de novas mercadorias, constatado pelos próprios observadores da época, dificilmente poderiam ser considerados de necessidades, pois incluíam itens como alfinetes, botões, brinquedos, rendas, fitas, veludos, louças para casa, fivelas de cinto, cadarços, jogos, plantas ornamentais, novos itens de alimentação e bebida e produtos de beleza entre outros (BARBOSA, 2004).

O intercâmbio econômico e cultural veio se fortalecendo, primeiramente, pela curiosidade dos grandes desbravadores dos mares e oceanos com os portugueses, espanhóis e italianos e, posteriormente, com fins mercantis. E a partir do séc. XVIII estabeleceu-se um sistema econômico que passou a priorizar a produção e o lucro em detrimento da ética e dos valores humanos. O “Ter” passou a ser a necessidade coletiva, que visava alimentar de forma voluptuosa o crescimento do próprio sistema. Nunca também tivemos tantas pessoas insatisfeitas, ansiosas e compulsivas por comida, drogas, compras, jogos, sexo etc. Onde falhamos? Será ruim oferecer conforto, farta alimentação e prazer às pessoas? (SILVA, 2014).

## 2.2 Uma simbologia para significar a sua existência: compra compulsiva

Voltando para os dias atuais, perguntas existenciais tão comuns podem ser respondidas de diversas maneiras, focando no ato de consumir, poderíamos responder: Quem é você? Quem somos nós?

Alguém que consome, outro alguém que consome, enfim somos os indivíduos que consomem, numa sociedade consumista (trabalho, alimentação saudável, atividade física, lazer, cuidados com os filhos, namorar, e etc.). Nessa sociedade capitalista, vários são os motivos que movem uma pessoa a comprar: necessidade real, ou carência afetiva, manipulação do status, aquisição de poder ou projeção imediata, modismo, apelo do marketing, influência de determinado grupo de convívio, ilusão de segurança (SILVA, 2011a).

Sabendo disso, tudo tem o objetivo claro de desencadear em todos nós a compra por impulso, aquele algo a mais que compramos em geral atraídos por apelos publicitários instantâneos. Na compra compulsiva, a situação é ainda mais complicada, a pessoa que compra em quantidades exageradas, gasta normalmente muito dinheiro, mais do que pode, contrai dívidas, passa cheques sem fundos (muitas vezes pré-datados), o que geram prejuízos materiais e afetivos para si e para familiares mais próximos (SILVA, 2011a).

Para outros pesquisadores, neste mundo da manipulação capitalista dão significados e símbolos que são capazes de identificar consumidores por meio das marcas consumidas, e estas são sempre apoiadas pela publicidade veiculada na mídia em geral, além de estabelecer uma interação entre esses consumidores.

Os símbolos constituem a integração social, por excelência, ao argumentar que “os símbolos são os instrumentos por excelência da integração social enquanto instrumentos de conhecimento e de comunicação; eles tornam possível o consenso acerca do sentido do mundo social” e o sistema simbólico das sociedades tem uma correlação com a função social dos indivíduos, quer como atores sociais ao desempenhar seus diferentes papéis (BOURDIEU, 2000).

Ainda, para Lipovetsky (1989) vê a publicidade como responsável por “desqualificar a ética da poupança em favor do dispêndio e do gozo imediato”, ultimamente a publicidade tem recebido mais atenção e controle ético dos órgãos responsáveis pela veiculação publicitária em vários países.

Contudo, para Silva (2014) “consumir é a maneira mais rápida e eficaz de ter, e numa

sociedade com abundância produtiva, esses dois verbos (ser e ter) viram sinônimos absolutos. Mas, consumir guarda em si um efeito colateral inevitável: se, em um primeiro momento, o ato de consumir gera um estado de alegria ou de euforia momentânea, libertando parte de nossa ansiedade, com o tempo nós nos “viciamos” nessa sensação abstrata de prazer e passamos a comprar mais e mais, na tentativa ilusória de criar um estado permanente de satisfação. E, assim quanto mais compramos, mais rapidamente perdemos o caráter ansiolítico e prazeroso do “ato de consumir.”

### 2.3 Faces ocultas do pensar e agir: Transtorno Obsessivo Compulsivo - TOC.

O transtorno obsessivo-compulsivo é o mais complexo quadro entre transtorno de ansiedade, que intriga tantos profissionais da classe médica, quanto os da psicologia em todo o mundo. É um transtorno que traz intenso sofrimento aos portadores que normalmente sofrem sozinhos e tentam esconder o problema dos familiares. Definem-se na pesquisa bibliográfica por obsessões ou compulsões recorrentes e suficientemente graves para consumirem tempo ou causar sofrimento acentuado no indivíduo. Leigamente, diz-se que a pessoa tem várias “manias” esquisitas ou estranhas, mas, normalmente, o próprio portador de TOC sabe que suas manias, obsessões e compulsões são excessivas ou irracionais (APA, 2014).

As **Obsessões** são pensamentos ou ideias (p. ex. dúvidas), impulsos, imagens, cenas, enfim, são atitudes mentais que invadem a consciência de forma involuntária, repetitiva, persistente e normalmente absurdas. Essas ideias obsessivas são ou não seguidas de rituais destinados a neutralizá-los, as compulsões.

Os **Pensamentos obsessivos** são experimentados como intrusivos inapropriados ou estranhos pelo próprio paciente, o que acabam causando mais ansiedade e desconforto emocional. A pessoa tenta resistir a esses pensamentos, ignorá-los ou suprimi-los com ações ou com outros pensamentos, mas sempre, o próprio paciente reconhece tudo isso como produto de sua mente e não como se fossem originados de fora - como ocorre na esquizofrenia (APA, 2014).

As **Compulsões** são comportamentos repetitivos (por exemplo: lavar as mãos, fazer verificações, fechar portas quatro vezes), ou atos mentais (rezar, contar, repetir palavras ou frases) que a pessoa é levada a executar em resposta a uma obsessão ou em virtude de regras, auto impostas, como rituais que devem ser seguidos rigidamente (APA, 2014).

## 2.4 O Colecionismo compulsivo.

Sendo essa a aquisição ou coleção compulsiva de bens ou objetos, muitas vezes descartados como lixo por outrem, associados à incapacidade ou dificuldade persistente em desfazerem-se destes, seja descartando-os, vendendo-os ou oferecendo-os, independentemente do seu valor real. Aproximadamente 80 a 90% dos indivíduos com transtorno de acumulação (DSM-5 300.3 e CID 10 - F42), exibem aquisição excessiva. A Forma mais frequente de aquisição são as compras excessivas e as seguidas pela aquisição de itens gratuitos (p. ex., panfletos, itens descartados por outros). Roubar é menos comum. Alguns indivíduos podem negar a aquisição excessiva quando são avaliados inicialmente, embora mais tarde ela possa aparecer durante o curso do tratamento. As pessoas com transtorno de acumulação geralmente experimentam o sofrimento se não conseguem ou são impelidas de adquirir itens DSM-5 (APA, 2014).

Como **CrITÉrios DiagnÓsticos**, de acordo com o DSM-5 os indivíduos com este transtorno reconhecidos:

- a) a característica essencial do transtorno de acumulação são as dificuldades persistentes de descartar ou se desfazer (qualquer forma) de pertences, independentes do valor e o medo de perder informações (livros, jornais, revistas, roupas velhas, correspondências e papeladas);
- b) os indivíduos com transtorno de acumulação guardam intencionalmente os pertences e experimentam sofrimento quando enfrentam a perspectiva de descartá-los, o que discrimina o transtorno de acumulação de outras formas de psicopatologia, que são características pela acumulação passiva de itens ou pela ausência de sofrimento quando os pertences são removidos;
- c) os indivíduos acumulam muitos itens que se empilham e obstruem áreas (áreas ativas da casa: cozinha, sala, quartos, garagem e outros) em uso a ponto de sua utilização pretendida não ser mais possível (não conseguir preparar alimentos, dormir na cama, sentar em uma cadeira);
- d) os sintomas (dificuldades descartar e/ ou obstrução) devem causar sofrimento clinicamente significativo ou prejuízo no funcionamento social, profissional ou em outras áreas importantes da vida do sujeito, incluindo a manutenção de um ambiente seguro para si e para outros e qualquer tentativa de descarte ou limpeza, resulta em altos níveis de

sofrimento;

e) a acumulação não é devida a outra condição médica (p.ex., lesão cerebral, doença cerebrovascular e síndrome de Prader-Willi<sup>5</sup>);

f) a acumulação não é bem explicada de outro transtorno mental (p.ex., energia reduzida no transtorno depressivo maior, déficits cognitivos no transtorno neurocognitivo maior, delírios na esquizofrenia, interesses restritos no transtorno do espectro autista e outros).

E ainda, outras características comuns do transtorno de acumulação incluem a indecisão, perfeccionismo, esquiva, procrastinação, dificuldades de planejar e organizar tarefas e distraibilidade (APA, 2014).

O colecionismo mesmo sendo um sintoma presente no transtorno obsessivo compulsivo e pacientes com essa patologia também definido por ter o hábito de adquirir e guardar um grande número de objetos com ou pouco valor, ou inúteis, mas se diferem por ser caracterizada pela não incapacidade de desfazer-se desses objetos, não causando obstrução, sofrimento ou prejuízos típicos do transtorno de acumulação (APA, 2014).

Para Silva (2011a), o comprador compulsivo é tomado por um desejo incontrolável e, no ato da compra em si costuma vivenciar um grande sentimento de alívio tensional, de prazer propriamente dito, ou ainda uma incrível sensação de poder e felicidade, e a essa “onda boa” segue-se em geral a culpa e o remorso por ter fracassado diante da compulsão de comprar, aqui também habitualmente deparamos com o transtorno “secreto”, uma vez que o comprador evita falar sobre seu descontrole.

Estudos recentes indicam que no Brasil, o percentual de compradores compulsivos é estimado pelo Instituto de Psiquiatria do Hospital das Clínicas de São Paulo em 3% da população (SILVA, 2014). A compra compulsiva é mais frequente em mulheres, embora já exista um número expressivo de compradores compulsivos masculinos. Esse problema tende a ocorrer no início da juventude, por volta dos 18 anos, idade em que os pais costumam presentear a maioria dos filhos com a liberação de talões de cheques ou cartões de crédito, muitas vezes de forma inadvertida.

A autora Silva (2011b) esclarece que a Mania de Colecionismo: guardar uma série de inutilidades, na maioria das vezes verdadeiros “lixos”, como garrafas vazias, jornais velhos, por puro medo de que possa um dia precisar daquelas “quinquilharias” e não tê-las mais à mão. Muitas pessoas ao ganhar ou comprar determinados objetos, em vez de usá-los

---

<sup>5</sup> Doença congênita, que afeta o sistema nervoso central, causando um atraso leve ou moderado no desenvolvimento físico e mental, distúrbios de aprendizagem, alteração no comportamento, no desenvolvimento sexual e necessidade involuntária e constante de comer.

imediatamente, guarda-os por anos fio [...] por não conseguirem se desvencilhar deles, acabando que as casas dessas pessoas viram um verdadeiro depósito de objetos de todas às espécies, que as impedem de se locomoverem dentro de seu próprio lar (SILVA, 2011b).

Os colecionadores se mostraram mais deprimidos, ansiosos e com mais problemas de relacionamento com a família, além de apresentarem dificuldades em habilidades sociais. Esse dado confirma a alta prevalência de comorbidades existentes entre colecionismo e ansiedade social. A ansiedade reforça as ações de armazenar, guardar ou acumular objetos inúteis ou compulsão por poupar ou guardar (coleccionismo). Os sintomas são mais graves e de difícil tratamento, estão associados a um comprometimento social maior, quando um menor *insight*, tendem a ter um início mais cedo e a serem mais crônicos. Os indivíduos com esse transtorno dificilmente reconhecem a natureza patológica da doença – e com a ausência de *insight*, aparentemente sofrem menos (CORDIOLI, 2014).

Para a psiquiatra Ana Beatriz Barbosa Silva: “não podemos negar a forte influência que nossa cultura consumista exerce sobre o transtorno, no entanto também é inegável o componente afetivo representado pelo vazio interno que os compradores compulsivos vivenciam, pois comprar coisas materiais para preencher esse vazio é inútil, é preciso despertar nossa essência, nossos verdadeiros talentos e nossas reais potencialidades, deixando o ser real tomar posse desse território, onde ter jamais consegue morada” (SILVA, 2011a).

E afirma Silva (2011a), que a compulsão por compras é mais grave do que se pode imaginar: “É tal qual um vício em drogas, jogos de difícil controle”. E é muito comum que os portadores do transtorno comprem coisas desnecessárias ou repetidas, e de várias cores, sejam elas caras ou não, somente pelo prazer de comprar ou aliviar suas ansiedades.

No entanto, Silva reafirma:

A compra impulsiva é feita sem nenhum planejamento prévio, de maneira totalmente irracional, e tem como único objetivo a satisfação imediata de uma vontade momentânea e com certeza, passageira. Como diz o ditado popular: “a vontade dá e passa! (2014).

É nesta visão que o comércio sobrevive de compras impulsivas, investem em estratégias de publicidades pensando nos compradores impulsivos, e em meio a esses se encontram os compradores abusivos ou excessivos, mas não propriamente compulsivos por compras, os abusivos se colocam em situações de endividamento e apertos financeiros, mas não vivem em função disto, eles conseguem manter o grau de equilíbrio social e familiar.



### 3 DISCUSSÃO DOS DADOS

Mediante pesquisa, exploratória e de revisão bibliográfica, este artigo teve como fontes utilizadas: livros, artigos publicados em periódicos e revistas científicas, reconhecendo a psicopatologia: o transtorno obsessivo-compulsivo e algumas de suas comorbidades por compras e acumulação. Elaborado e conceituado de acordo com o DSM-5 com a pesquisa e o enfoque nesse transtorno e sob as perspectivas dos indivíduos que sofrem com o mesmo sendo descritas pela Psicologia neste contexto e na Psiquiatria sob a visão de Silva (2011a) que ressaltou: “Falar de compra compulsiva propriamente dita é importante que tenhamos em mente uma visão reflexiva e crítica sobre nossas verdadeiras necessidades de consumo e os fatores que as influenciam”.

Pensando que na sociedade capitalista, vários são os motivos que movem uma pessoa a comprar: ora por necessidade real, carência afetiva, manipulação do status, aquisição de poder ou projeção imediata, modismo, marketing, influência de determinado grupo de convívio, ora por ilusão de segurança. Enfatizando Quessada (2003), em sua obra que: “Pessoas se cobrem de marcas para significar a sua existência, se cobrem de marcas para não desaparecer como afirmou”.

Sendo o transtorno obsessivo-compulsivo caracterizado pela presença de obsessões (pensamentos repetitivos) e de compulsões (desejo impulsionante), que alteram os que possuem esse transtorno. Estudos compreendem que a publicidade utiliza-se de fontes que desencadeiam os desejos de possuir, comprar e sempre consumir, como desejos de escolha e auto realização momentânea.

Ainda, que a publicidade cumpra com sua função de aproximação e de relação social entre os indivíduos na sociedade, ora atendendo ao interesse da economia, ora tentando solucionar uma frustração sociopsicológica do indivíduo, seu papel ainda é devastador para muitos (SÊGA, 2011).

Esses estudos reafirmam que colecionadores são mais deprimidos e ansiosos, perfeccionistas, casam-se menos e acabam por apresentarem muitos problemas familiares e sociais, com esses estados mentais acabam por serem reforçadores das ações de guardar, armazenar e acumular todos os tipos de objetos, e em pacientes, que os sintomas são mais graves e de difícil tratamento, quando não tratados desde cedo, crônicos se tornam nesses

casos os pacientes com esse transtorno raramente reconhecem em si, a patologia, citada na obra de Frost (1996 apud PENIDO; RANGÉ; FONTENELLE, 2003).

E nessa cultura do ter, que domina a sociedade que influencia de forma intensa e convincente para que sejam capazes de “enganar” psiquicamente para tornar peças vulneráveis nas mãos de um sistema econômico sagaz e criativo, como ressalta Ana Beatriz Barbosa Silva (2014), que a “nossa inteligência ‘entorpecida’, vamos quase que roboticamente nos tornando consumidores contumazes, insaciáveis e com sentimentos constantes de ansiedade e insatisfação”.

Sendo nessas interações com um mundo mais criativo e atrativo, sempre em contextos realizadores e também destrutivos para muitos, e o campo racional do ser, ao longo de tantas ideologias impostas por uma sociedade consumista e irresponsável, onde os Oniomaníacos<sup>6</sup> são estimulados a sempre ter mais, para ser mais, causando dores e estimulando muitas vezes o fracasso financeiro, pessoal e psíquico do ser.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em meio à construção desse artigo, fundamentado sob a dimensão da psiquiatria e psicologia, apontados pelos diferentes autores bibliográficos, conclui-se que o transtorno obsessivo compulsivo por compras e acumulações causam severos impactos na vida de muitas pessoas, ocasionando implicações e comorbidades, bem como perdas, endividamentos, levando-os ao isolamento social e familiar. Mas, sob o olhar da psiquiatria facilita-nos a compreensão de que por questões internas que os compradores compulsivos vivenciam, os impulsionam a comprar coisas materiais para preencher um vazio afetivo, porém tal ação é inútil. Faz-se necessário que os mesmos sejam incentivados a descobrir seus verdadeiros talentos e potencialidades se tornando pessoas que vivem e convivem em um mundo real.

Esses estudos esclareceram que é muito comum que os indivíduos com o transtorno obsessivo compulsivo comprem coisas desnecessárias ou repetidas, e de várias cores, sejam elas caras ou não, somente pelo prazer de comprar ou aliviar suas ansiedades, ao ponto de o lugar onde vivem ficar intransitável e insuportável tamanha desordem, acumulando muitas vezes alimentos contaminados e com validade vencida, convivendo com ratos e insetos que se

---

<sup>6</sup>Derivado de Oniomania: compulsão por compras.

Fonte: **Mentes consumistas: do consumismo à compulsão por compras** /Ana Beatriz Barbosa Silva.1. ed. - São Paulo: Globo.2014.

prociam entre roupas, papéis velhos ou novos, sendo certo que a compulsão por comprar é a mais comum e intensificada, pois tem o incentivo da mídia bem como é considerada normal pelas pessoas.

Mesmo com os avanços da ciência de tratamento de doenças mentais, só depende de o paciente realmente querer e buscar a ajuda especializada, haja vista que os indivíduos com esse transtorno obsessivo-compulsivo apresentam maiores índices de psicopatologias desde muito jovens e para eles os objetos acumulados não se diferem em tipo ou qualidade, ou valores, mas sim em quantidades, sendo que mais precoce a identificação, também será a cura.

Por fim, com esse artigo, reafirmou-se a importância efetiva do trabalho em conjunto dos profissionais da psiquiatria com o tratamento medicamentoso e da psicologia com os trabalhos terapêuticos, ressaltando a importância das intervenções medicamentosas e comportamentais como processos inibidores do comportamento compulsivo do doente e garantindo qualidade de vida e prevenção a recaídas, intervenções essas, construídas de formas individuais, levando assim a reeducação comportamental e psíquica, até que o indivíduo possa levar sua vida normalmente, com mais qualidade, segurança e equilíbrio.

## REFERÊNCIAS

AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION (APA). **Manual diagnóstico e estatístico de transtornos mentais: DSM-5**. Tradução técnica: Aristides Volpato Cordioli et al. 5. ed. Porto Alegre: Artmed, 2014.

BARBOSA, L. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

CORDIOLI, V. A. **“TOC” - o transtorno obsessivo-compulsivo e as suas manifestações**. Artmed: Porto alegre, 2014.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

PENIDO, M, A.; RANGÉ, B, P.; FONTENELLE, L, F. Transtorno obsessivo compulsivo: tratamento cognitivo comportamental de um caso de colecionismo. In: BRANDÃO, M. Z. S. et al. (Org.). **Sobre comportamento e cognição: clínica pesquisa e aplicação**. 1. ed. São Paulo: ESETec Editores Associados, 2003.

QUESSADA, D. **O poder da publicidade na sociedade consumida pelas marcas**. São Paulo: Futura, 2003.

SILVA, A. B. B. **Mentes e manias: TOC: transtorno obsessivo-compulsivo**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2011a.

SILVA, A. B. B. **Mentes ansiosas: medo e ansiedade além dos limites**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2011b.

SILVA, A. B. B. - **Mentes consumistas: do consumismo à compulsão por compras** /Ana Beatriz Barbosa Silva. 1. ed. - São Paulo: Globo.2014.

SÊGA, C. P. Sociedade e interação: um estudo das diferentes formas de interagir. **Revista novos olhares**, v. 1, n. 2. Brasília, 2011. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/novosolhares/article/viewFile/55399/59003>>. Acesso em: 11 out. 2015.

Recebido para publicação em fevereiro de 2017

Aprovado para publicação em março de 2017