MATERIALIZANDO Conhecimentos
Revista Eletrônica
Colégio Mãe de Deus
REDE ICM DE EDUCAÇÃO

A COMPULSÃO POR CONSUMO: UM FENÔMENO SOCIAL MODERNO

João Henrique Pires Bergallo
Marina Moreira Berao Rodrigues
Valentina Cherubini de Sequeira e Silva

> A reação que o consumidor toma de compra é a resposta para a necessidade imposta por seu psicológico (FREITAS et al., 2014).

RESUMO: Esse artigo visa abordar a moderna sociedade pós-industrial, por meio do conceito de compulsão canalizada para o consumo a luz da sociopsicanálise. Os desenvolvimentos tecnológicos e publicitários aparecem como elementos chave para o estímulo desse comportamento, distorcendo os conceitos de necessidade e desejo. Com isso, ideais de vida e de satisfação são moldados de modo a contemplar o consumo como sinônimo de vida plena e padronizada, trazendo extremo prejuízo psíquico a todos inseridos nessa sociedade de consumo. Tudo isso é visto como um resultado direto da sociedade em que vivemos, aquela que visa o lucro acima de tudo e que realiza artimanhas diversas para alcançar um único objetivo: acumulação de dinheiro.

PALAVRAS-CHAVE: compulsão, consumo, desejo, necessidade, estímulo.

ABSTRACT: This article aims to present the modern post-industrial society through the definition of compulsion channeled to consumption by the light of sociopsychoanalysis. The development of technology and advertising techniques appear as key elements to perpetuate and encourage this behaviour, making the concept of both desire and need unclear. On this account, the ideals of life and satisfaction are shaped for the contemplation of consumption as a synonym of full and standardized life, bringing extreme psychic disadvantages to the ones inserted in this consumerist society. All of this is seen as a direct result of the society in which we live, one that seeks profit above everything and performs various tricks to achieve a single goal: the accumulation of money.

KEYWORDS: compulsion, consumption, desire, need, stimulus.

1. INTRODUÇÃO

Em um mundo globalizado e capitalista, caracterizado pela fluidez e pelo contínuo sentimento de desamparo – o que alguns chamariam de sociedade sem pai –, a busca pelo dinheiro, pela satisfação imediata e pelo prazer ilimitado funcionam como vetores sociais, cuja premissa elementar reside na compulsão pelo consumo. Esse literal mapa do desejo de fruição é desenhado e detalhado por uma série de estratégias de marketing que almejam alimentar e retroalimentar um ciclo contínuo de busca de identificação pela acumulação material.

Propagandas e peças publicitárias buscam preencher o vazio existencial de cada indivíduo através de uma frenética rotina de consumo, de forma a pautar toda a interação social, bem como o cotidiano que a compreende.

Em estudos sobre o comportamento compulsivo direcionado por Freud, foi entendido que tal problemática é o resultado da busca pelo preenchimento de algo irreconhecível, inatingível e impalpável, que gera uma angústia extrema ao indivíduo. Ele afirma que a compulsão é proveniente da relação materna, e da figura do pai após o amadurecimento da criança, que o priva do acesso ao prazer – que era oferecido pela mãe de maneira parcialmente infinita.

Essa falta de acesso ao prazer gera a inibição por parte do sujeito e a internalização da raiva e angústia, fornecendo-o uma série de neuroses. O indivíduo passa a transferir esses sentimentos ao próprio ego, criando uma ideia de supereu. É nesse aspecto que os estudos elaborados por Lacan se configuram. O Outro, para o psicanalista – em sua definição básica – é a idealização do eu, o que acabou virando, para a mente humana, um simples objeto.

Esse "simples objeto" se interliga a diversas caracterizações da sociedade atual. A atual busca constante pela identificação através de ideais e modelos já estabelecidos socialmente, transforma os seres humanos em simples mercadorias a serem consumidas.

Consequentemente, cada indivíduo adota um estilo camaleônico de viver, no qual é possível ser várias coisas durante a vida e nenhuma. É justamente sobre isso que o presente artigo busca salientar. Portanto, foram utilizadas bibliografias teóricas sobre o comportamento humano associado à compulsão e ao consumo.

2. COMPULSÃO: UMA ANÁLISE PSICOANALÍTICA

Em seus estudos mais aprofundados, Freud afirma que a compulsão é o resultado da soma de diversos fatores psíquicos e sociais, sendo os principais a identificação e introjeção[1].

Segundo Férenczi (1912), as formações psíquicas são provenientes do processo de introjeção, e um sentido só pode ser adquirido pelo sujeito a partir dela. Esse fenômeno é responsável pela formação do processo identificatório, visto que a apropriação de certos aspectos pelo outro acontece principalmente através da identificação entre os sujeitos.

Freud aponta que, o sujeito, em seu estado primordial, abusa do gozo (passivo) e da centralidade recebida da mãe através do afeto exacerbado desta perante o filho. Quando essa condição de prazer – que antes era vista como infinita e insubstituível – acaba, o sujeito passa a viver de forma passiva (objeto) em função do Outro, e começa a procurar incansavelmente outros meios de satisfação.

Ao tentar preencher a suposta falta do objeto sentido pela mãe, o neurótico passa a desenvolver uma dupla posição passiva: a do receptor do investimento libidinal (carinho) e a do ser (objeto). Essa situação resulta em angústia, tanto pela perda do vínculo com a mãe, quanto pela nova figura do Pai, que interdita o acesso ao gozo através da lei.

Essa nova figura paterna, por bloquear o acesso à mãe (prazer), segundo Freud, resulta no assassinato coletivo do Pai. Isso gera um sentimento de culpa por parte do indivíduo, que, de acordo com a leitura do neurótico, acaba por deslocar a submissão ao Pai ao desejo inconsciente.

[1] Conceito psicanalítico, no qual alguém - inconscientemente - apropria-se da identidade de outro (sentimentos, funções cognitivas e experiências etc), fazendo com que essas experiências sejam transferidas para a sua nova estrutura psíquica.

A antiga sensação de exclusividade com a mãe e o desejo pela sua retomada, leva o neurótico ao ressentimento e a necessidade de defender ao máximo a figura castradora (agora, a moral).

A agressividade adquirida no processo transforma-se em obstáculos às relações humanas e ao bem estar da civilização. Dessa forma, o homem inibe e internaliza esse sentimento, que passa a ser dirigido ao próprio ego, conforme o ideal do eu (FREUD, 1996). A moral, consequência direta da emergência de uma nova figura paterna, entra em ação através do supereu[2].

O supereu, então, molda o eu através do ideal (espelho) já instalado pela cultura em que foi inserido, estabelecendo exigências e regulamentações ao sujeito, que acaba por se sentir consumido e massacrado. Freud afirma que é nesse cenário que as compulsões começam a se arquitetar na psique do indivíduo.

Outras consequências oriundas desse processo podem ser analisadas a partir do "Outro" de Lacan. Tendo o seu início com a aproximação do inconsciente e da linguagem, o Outro é um lugar simbólico e de alteridade, sendo uma espécie de ideal de eu a seguir, um parâmetro.

> O eu ideal é imaginário, o que Lacan chama de o "pequeno outro", a imagem especular idealizada de meu eu; o ideal do eu é simbólico, o ponto de minha identificação simbólica, o ponto no grande Outro a partir do qual eu observo (e julgo) a mim mesmo (ZIZEK, 2010, p.100).

Assim, quando o sujeito se focaliza no desejo do Outro, ele está na busca de um idealismo inalcançável através da identificação, tentando construir o que é por meio do Outro (espelhamento).

[2] Sistema de personalidade. Origina na consciência do sujeito os sentimentos de culpa e vergonha, também armazenando as exigências morais e culturais da sociedade.

Por fim, a compulsão obsessiva compreende pequenas mudanças em alguns atos do cotidiano, que são integradas aos poucos no inconsciente da mente humana, estabelecendo combinações e proibições que devem ser sempre realizadas dentro de um padrão (FREUD, 1996, p. 109). Freud até mesmo faz uma relação entre os atos religiosos e a obsessividade:

> Diante desses paralelos e analogias podemos atrever-nos a considerar a neurose obsessiva com o correlato patológico da formação de uma religião, descrevendo a neurose como uma religiosidade individual e a religião como uma neurose obsessiva universal. A semelhança fundamental residiria na renúncia implícita à ativação dos instintos constitucionalmente presentes (1996, p. 116).

Desse modo, a ansiedade gerada pela constante exigência de elevar à condição de perfeição estabelecida e exigida pelo supereu resulta no comportamento compulsivo. As compulsões geradas no processo são tentativas de correção do eu, e encobrem o sentimento de culpa e agonia que o sujeito sente em torno do ideal.

Já a compulsão à repetição – também estudada por Freud –, vem da natureza mais íntima das pulsões, ultrapassando até mesmo o princípio do prazer. Esse tipo de compulsão é algo totalmente primário, não oferecendo nenhum meio de prazer ao sujeito que a realiza e estando, de alguma forma, relacionada à pulsão de morte (FREUD, 1996).

A partir disso, é importante entender que o comportamento compulsivo possui uma ampla variedade de circunstâncias e atinge outros patamares além da neurose. Inclusive, uma das causas mais frequentes para seu surgimento é a intenção de reduzir o desconforto psíquico, como em casos de ansiedade e depressão. Em outros casos, como na dependência química, a compulsão é um fator inicial para o que se tornará uma necessidade biológica.

Esse fator está diretamente ligado à expansão da globalização que, ao influenciar mudanças sociais e econômicas, aumenta o número de incentivos expostos ao ser humano diariamente. Atualmente, a humanidade moderna lida com um número expressivo de estímulos provenientes de diversos setores sociais devido aos avanços industriais e tecnológicos, e esse cenário não faz nada além de incitar ainda mais a compulsividade.

Com isso, especialistas identificaram uma ampla variedade de categorias de comportamentos compulsivos que afloraram na sociedade contemporânea. Um desses tipos é a compulsão por jogos eletrônicos, que dão ao usuário uma sensação de fuga às condições de sofrimento que o seu ambiente lhe proporciona. Quando o indivíduo vê um escape nos universos fantasiosos encontrados nesses ambientes virtuais, eles podem – com extrema facilidade –desenvolver a compulsão pelo objeto (DOIA, 2017).

Há também a compulsão por exercício físico, que é normalmente desencadeada pelo desejo de um padrão corporal, ou até mesmo por questões de saúde. Contudo, se realizada em exagero se torna um vício com diversas consequências negativas, afetando o bem estar físico e mental da pessoa.

Além disso, o transtorno de acumulação vem ganhando um espaço dentro das discussões sobre o comportamento compulsivo atualmente. Trata-se de uma necessidade incessante de coletar objetos ou animais de forma intencional, e da dificuldade para desfazer-se de suas posses.

Um acumulador acredita que guardar diferentes objetos, independentemente de seu valor real, é uma necessidade, mesmo que resulte em uma qualidade de vida pior, devido ao alto número de bens que – normalmente – ultrapassam a capacidade do local em que se encontram (DE LIMA, 2011).

Outro caso identificado é a superexposição nas redes sociais. Ela advém de uma necessidade ininterrupta de obter atenção, mesmo sendo de desconhecidos. Na internet, as pessoas sofrem do falso sentimento de pertencimento ou de supervalorização individual, devido às visualizações que recebem em suas publicações.

> O isolamento virtual, nada mais é do que um mecanismo de compensação psicológica, em que os indivíduos com baixa auto estima que necessitam de maior aprovação, utilizam as redes sociais para neutralizar seus sentimentos de insegurança. Nas relações cotidianas, esses indivíduos exigem afeto demasiado, de modo que são evitados pelos demais, gerando, assim, um efeito rebote de maior rejeição social, o que a faz se isolar ainda mais no ambiente virtual (PRADO, BARBOSA e SOUZA, 2020, p. 1).

Além disso, a ansiedade dos indivíduos em compartilhar todos os aspectos de suas vidas gera uma certa necessidade de sempre serem o centro das atenções, caso contrário, cria-se uma sensação ainda maior de solidão por parte deles.

Dessa forma, percebe-se que cada caso possui um gatilho diferente, que aciona a compulsão como mecanismo de defesa. Isso significa que a experiência pessoal do paciente e suas vivências influenciam diretamente no caráter de seu diagnóstico compulsivo.

Contudo, além dos diversos comportamentos compulsivos citados, o que mais prevalece na sociedade moderna é o consumismo. Devido à sociedade contemporânea globalizada e à massificação da vida como produto, o comportamento compulsivo é cada vez mais estimulado.

Ele, por conseguinte, é explorado pelo modelo capitalista, desenvolvendo uma lógica presa ao consumo extremo, incentivada por estratégias de marketing cada vez mais oportunistas.

3. MODELO DE VIDA MODERNA E O ESTÍMULO AO CONSUMO

Bauman, em seu livro "Vida para o consumo" (2008), afirma que a sociedade passou por uma mudança denominada de "revolução consumista".

Nela, ele aponta que a transição ocorrida do consumo (antiga sociedade de produtores) ao consumismo (nova sociedade de consumidores) acarretou na mudança das relações econômicas globais. Antes, no que o sociólogo denomina de fase "sólida" da modernidade[3], o que regia a economia era a força de trabalho e os produtores, e o ser humano desprezava o prazer momentâneo e efêmero.

> Sendo a segurança a longo prazo o maior propósito e o maior valor, os bens adquiridos não se destinavam ao consumo imediato - pelo contrário, deviam ser protegidos da depreciação ou dispersão e permanecer intactos (BAUMAN, 2008, p. 43).

Contudo, com a "revolução consumista", o consumo se tornou central na vida da maioria das pessoas, e os sentimentos de desejo e anseio passaram a ser a base da economia. Nesse ambiente líquido-moderno, que é "inóspito ao planejamento, investimento e armazenamento de longo prazo" (BAUMAN, 2008, p. 45), o consumo rege a estratificação social e se torna o principal combustível da sociedade.

A obsolescência programada, prática adotada pelos fornecedores de mercadorias, torna-se a principal característica da sociedade líquida-moderna descrita por Bauman. Com o objetivo de aumentar ao máximo a geração de lucro, os produtores reduzem a vida útil dos objetos produzidos e forçam seus compradores a um consumo inescapável.

[3] Conceito desenvolvido por Bauman. Nessa fase, a sociedade busca um ambiente seguro, regular, resistente, duradouro e consistente. Seus princípios muito bem definidos, em que o papel do Estado, da mulher, da família e até mesmo das lutas de classe, eram concretos. É caracterizado pela rigidez e solidificação das relações humanas e sociais, da ciência e do pensamento, e pela tremenda cautela com as tradições.

Essa técnica engloba principalmente produtos que – em teoria – deveriam ter um longo prazo de duração (como por exemplo fogões, eletrônicos, máquinas de lavar etc). Ela força o comportamento consumista de forma direta e agressiva, fazendo com que o consumidor seja obrigado a entrar em um ciclo constante de renovação e compra, visto que a obsolescência programada destrói aparelhos essenciais ao bem-estar do indivíduo.

O marketing é o espaço que mais se beneficia com essa estratégia. Ele revigora a imagem de curta duração dos produtos e utiliza-se da persuasão para convencer o consumidor que é necessário adquirir a versão mais nova de determinada mercadoria, reforçando (de novo e de uma maneira menos direta) a ideia de constante renovação.

Além disso, o marketing também explora com afinco a sensação de essencialidade aos produtos expostos, transmitindo uma ideia de ilusão de necessidade para a vida do consumidor, que se sente ainda mais tentado a adquirir tais produtos. Ou seja, por mais supérfluo que o objeto seja, ele ficará seduzido a adquirir o produto constantemente.

Dentro desse cenário, o consumo demarca um novo modelo de vida inescapável e repressor. Nele, a única forma de adaptação social ocorre através da compra, promovendo e incentivando um estilo de vida inviável para a maior parcela da população mundial.

De acordo com Baudrillard, a sociedade de consumo tem a perspectiva de "igualização sistemática através da quantidade" (1995, p.48).

Assim, aqueles que não conseguem se adaptar à rotina do consumo, acabam se deparando com uma inacabável condição de aflição. Essa aflição se torna a chave para a economia do consumo.

Visto que, se o contentamento dos indivíduos com os objetos já adquiridos ocorresse, a demanda se esgotaria, e portanto, a economia entraria em colapso: "[...] uma economia que incentiva lucros focará exclusivamente em desejos, esse pote sem fundo, impossível de ser preenchido, ao passo que, se focasse nas necessidades, jamais maximizaria seus lucros (MOREIRA, 2020, p. 45).

Com isso, as relações interpessoais ficam cada vez mais fragilizadas e são usadas cada vez mais como forma de criar vínculos ou distanciamentos pessoais (AMORIN, 2014). Seguindo essa lógica, a relação entre indivíduos passa a ser medida por objetos, tornando o status dentro da sociedade mais um fator de instigação à ganância, além de insegurança para os que não conseguem atingir tal objetivo.

Aqueles que sucedem e conseguem se inserir no grupo social desejado não escapam do ciclo vicioso de compras. Eles desenvolvem um medo exacerbado de um dia voltarem às suas antigas condições, usando o consumo como meio de afirmação pessoal.

A ostentação e compra de produtos de elevadíssimo custo são táticas utilizadas para a solidificação do indivíduo dentro da classe elevada. Segundo Freitas (2014, p. 8) "[..] O indivíduo tem que ter determinados produtos ou estilo para fazer parte de um grupo de seu interesse, em que o ter é mais importante que o ser."

O consumismo passa a ser um ícone de ascensão social e o palco para uma luta imensa de reconhecimento, sendo percebido como um "mal necessário". Ele passa a ser usado como uma maneira de opressão por parte daquele que se deseja afirmar-se como superior pela ostentação (aquele que esbanja do poder do consumo) perante aquele visto como inferior, que tenta – de todas as formas – chegar à posição e status que o outro se encontra.

Nesse contexto, as novas redes de entretenimento e comunicação desenvolvem um importante papel na caracterização da inconsistência da modernidade líquida. Nelas, as tendências são renovadas e expostas em um período breve de tempo, sendo sempre reformuladas e alteradas em função da atual convenção social. Com isso, há um maior encorajamento na necessidade de renovação do indivíduo, tendo sempre que se emparelhar aos novos costumes impulsionados pela mídia.

Como exemplo desse fenômeno é possível citar a plataforma social "TikTok", um espaço em que pessoas ao redor do mundo são capazes de produzir e consumir vídeos de curta duração.

Ela se tornou um local de estabelecimento das novas tendências, em que aqueles que dela usufruem se sentem obrigados a adequar-se ao padrão exposto. Com isso, o consumo é um grande aliado na perspectiva dos usuários, visto que eles assimilam a compra desses produtos, expostos incansavelmente nos vídeos publicados, como uma oportunidade de inserção nesse imenso grupo social.

Para esses indivíduos, o seu senso de identidade está fortemente ligado à sua constante renovação a partir dos ideais estabelecidos pela mídia. Esse ciclo é inacabável e gera uma acumulação dos produtos que são constantemente adquiridos e substituídos.

Tudo isso é decorrente da busca de uma identidade própria, que por fim, é artificial, pois o sujeito passa a acreditar que certos itens – seja de roupa, casa ou etc – carregam um certo "poder" de agregar algum valor a mais à sua personalidade (LEWIS e BRIDGES, 2004).

4. AS CONSEQUÊNCIAS DO COMPORTAMENTO COMPULSIVO POR CONSUMO

Por intermédio do marketing, – que é controlado e desenvolvido dentro do capitalismo – o comportamento compulsivo é manipulado em grande escala na sociedade, elaborando em suas técnicas a maximização do desejo.

A felicidade acaba por se relacionar fielmente com o ciclo de consumo do indivíduo, que se perde em uma série eterna de insaciabilidade.

> A sociedade de consumo tem como base de suas alegações a promessa de satisfazer os desejos humanos em um grau que nenhuma sociedade do passado pôde alcançar, ou mesmo sonhar, mas a promessa de satisfação só permanece sedutora enquanto o desejo continua insatisfeito (BAUMAN, 2008, p.63).

Os comportamentos de um comprador compulsivo são usados como escape a momentos de irritação, estresse, constrangimento, etc, oferecendo aos pacientes sensações de extremo prazer (TAVARES, 2000).

As compras são realizadas de maneira totalmente irracional, servindo como uma solução fácil e rápida que auxilia na obtenção de um sentimento efêmero e superficial de satisfação e alívio tensional.

Assim, a psique do comprador compulsivo passa a associar a felicidade com os objetos adquiridos através do consumo, dificultando a quebra do comportamento compulsivo. Na modernidade, esse é o padrão no qual os indivíduos consumistas "[...] vivem em um ciclo de desejo-aquisição-desilusão-desejo renovado" (AMORIN, 2014, p. 32)

Em uma sociedade consumista, a felicidade é o estado de total satisfação dos desejos do indivíduo, eles sendo novos objetos adquiridos incessantemente, porém, que nunca proporciona a satisfação desejada. Com isso, as mercadorias passam a ser vistas como o principal meio para uma vida feliz, e os desejos ficam cada vez mais instáveis.

Consequentemente, o desejo passa a ser confundido com necessidade, condição diretamente ligada ao modelo econômico atual, que alimenta essa confusão ao mesmo tempo que é sustentado por ela.

A renovação constante dos desejos é o que sustenta o consumismo, pois aproxima o conceito de "querer" e o de "necessitar" e os transforma no único caminho à felicidade. Essa busca inacabável se relaciona com a cultura material, e torna-se uma religião moderna "[...] tão ilusória quanto todas as religiões. Esta religião não tem padres, funciona industrialmente" (MORIN, 1997, p. 129).

Dessa forma, a compra é o que mais nos aproxima de um "ideal" estabelecido, por mais superficial e fictício que ele seja. Logo, a perda da identidade e da singularidade ocorre de forma gradual, na qual o comércio começa lentamente a ditar pequenos aspectos do cotidiano, para então ocupar completamente o inconsciente do comprador compulsivo.

Essa ocupação discreta do consumo em nossa rotina pode ser exemplificada pela expansão das redes sociais, além de sua administração dentro de uma lógica comercial. A atmosfera que é criada nesses espaços se alimenta de tendências que passam a ditar regras de comportamento e consumo, o que se torna um lugar propício para a venda de produtos, principalmente aqueles relacionados à estética.

Desse modo, há uma padronização em prol dos desejos dos grandes vendedores, em que as pessoas – ocupando o papel de produtos – são forçadas a se manterem relevantes a fim de se engajar nos ideais consumistas, mas sendo desencorajadas a praticar qualquer ato de individualidade.

Essa perda de identidade ocorre porque o ser humano para de se identificar como um ser individual e independente, e passa a ser compreendido como uma mercadoria. "Infelizmente, quando isso ocorre, deixamos de ser agentes ativos do consumo para nos transformarmos em

simples "mercadorias" a serem consumidas por outras pessoas" (SILVA, 2014, p. 20)

Essa realidade está estritamente atrelada à dualidade da percepção do "ser" – em um âmbito de personalidade própria – e do "ter", na qual há pouca distinção entre ambos. Esse pensamento reformula o nosso caráter e relacionamentos (tanto sociais como afetivos), no qual definimos a nossa identidade inteiramente à nossa capacidade de consumir constantemente. Nessa situação, o "ter" nos leva à posse não de objetos, mas sim de nós mesmos.

> 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 vivíamos nesta sensação abstrata de prazer e passamos a comprar mais e mais, na tentativa de criar um estado permanente de satisfação (SILVA, 2014, p. 20).

Infelizmente, em uma sociedade consumista, aqueles capazes de delimitar suas próprias identidades, afastando-as do ideal projetado pela lógica de compra e venda, desestimulam o mercado.

Assim, o estilo de vida que essas pessoas costumam seguir é constantemente desencorajado por regras e valores programados para movimentar o maior lucro possível, algo que não acontece em uma sociedade alicerçada pelo "ser". Ou seja, somos construídos para viver em um constante estado de "ter", em que a obtenção de objetos através da compra excessiva desperta um sentimento egoísta que afeta nossas relações mais íntimas.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

No decorrer da elaboração desse artigo, comprova-se que o consumo é um segmento básico da sociedade moderna, moldando não somente aspectos gerais das relações humanas, mas também, em grande parte, o psíquico dos indivíduos. Devido a isso, o papel crucial que a economia passou a ter na vida contemporânea é inegável, sendo capaz de controlar não apenas o mercado, mas as ações de cada ser humano, seja de forma direta ou indireta.

Os estudos de Freud sobre a compulsão e a "sociedade sem pai" se tornam dois grandes elementos presentes por trás do comportamento consumista. Com isso, o marketing e a publicidade aproveitam a busca por um "eu ideal", utilizando-a como direcionamento para a obtenção de objetos materiais, e oferecendo uma falsa chance de felicidade e acolhimento para aqueles que os adquirem.

Essa manipulação torna parasitas os indivíduos dentro do ciclo de consumo, em que passam a viver em prol da compra e começam a desenvolver uma dependência crônica a ela. Consequentemente, o fato de o comportamento consumista estar tão intensamente enraizado e estimulado na sociedade faz com que o consumidor se renda a qualquer modo de protesto, caindo na armadilha midiática e acreditando que a felicidade só ocorre a partir da compra.

Em suma, a sociedade moderna chegou no ponto em que escapar do consumismo tornou-se irreal e impraticável, e cada indivíduo já se tornou – há muito tempo – uma simples marionete do mercado comercial. Ou seja, no período atual, a alienação é irreversível, e o ser humano situa-se longe da prática do desapego material.

6. REFERÊNCIAS

AMORIN, Jéssica Ferrer Eduardo de et al. **Consumismo, compulsão e felicidade: a representação social da felicidade nas práticas de consumo compulsivo**. 2014. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/tede/7817> Acesso em: 7 Abr. 2021.

AZEVEDO, Alexandre Pinto de; SANTOS, Cimâni Cristina dos; FONSECA, Dulcineia Cardoso da**. Transtorno da compulsão alimentar periódica**. Archives of Clinical Psychiatry (São Paulo), v. 31, p. 170-172, 2004.Disponível em: <https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0101-60832004000400008 & script= sci_arttext & tlng=pt.>. Acesso em: 7 Abr. 2021.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1995.

BAUMAN, Zygmunt. Vida Para o consumo: **A transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BERNARDO, Marco Aurélio; BARRETO, Sara de Oliveira Gomes. **Transtorno da personalidade histriônica e sua possível manifestação nas redes sociais.** REVISTA DE TRABALHOS ACADÊMICOS–UNIVERSO JUIZ DE FORA, v. 1, n. 5, 2017. Disponível em: <http://www.revista.universo.edu.br/index.php?journal=1JUIZDEFORA2&page=article&op=view&path%5B%5D=5320>. Acesso em 01 Jul. 2021

CARVALHO, Thatyane Gama; DOS SANTOS, Bruna Muniz; DE ARAÚJO, Demóstenes Silva. **Elementos, finalidades e consequências da superexposição de usuários nas redes sociais**. e-Com, v. 10, n. 2, p. 16-30, 2018.. Disponível em: <https://revistas.unibh.br/ecom/article/view/2279>. Acesso em: 9 Abr. 2021.

COELHO, Bhibiana Gabriela Marques; PAIM, Isadora Barros. **A aplicação da visão de Zygmunt Bauman ao consumo e consumismo na sociedade contemporânea**. Revista Jurídica da Faculdade de Direito de Santa Maria (FADISMA). V.15. a. 2020. Disponível em: <https://revista.fadismaweb.com.br/index.php/revista-juridica/article/view/91/73>. Acesso em: 9 Ago. 2021.

D'ASSUNÇÃO, Roberta Guimarães; HWANG, Kin Fon; LOUZADA, Alexandre Bustani. **Compulsão e repetição**. Instituto Sephora de Ensino e Pesquisa de Orientação Lacaniana. Disponível em: <http://www.isepol.com/laboratorio/disciplinas/laboratorio1/disc2_repeticao.html>. Acesso em: 27 Jun. 2021.

DE LIMA, Raymundo. **Acumuladores compulsivos-uma nova patologia psíquica**. Revista espaço acadêmico, v. 11, n. 26, p. 208-215, 2011. Disponível em: <https://periodicos.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/view/15203>. Acesso em: 5 Ago. 2021.

DOIA, Alexandre Crispim Pires et al. **Jogos eletrônicos: formação e compulsão do indivíduo na contemporaneidade**. 2017. Disponível em: <https://repositorio.bc.ufg.br/tede/handle/tede/7006>. Acesso em: 5 Ago. 2021.

FERENCZI, Sándor. **O conceito de introjeção.** In: Psicanálise I. São Paulo: Martins Fontes, 1912.

FERREIRA, R. da S. **Perigos e riscos da superexposição na sociedade da informação: reflexões sobre ciberviolência**. RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação, Campinas, SP, v. 12, n. 3, p. 42–58, 2014. DOI: 10.20396/rdbci.v12i3.1593. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rdbci/article/view/159>. Acesso em: 1 Jul. 2021

FREITAS, Débora Guidone et al. **A influência da propaganda no comportamento do consumidor: um estudo sobre a compulsão feminina de compra**. Fórum de Administração, v. 5, n. 1, 2014. Disponível em: <http://periodicos.unifacef.com.br/index.php/forumadm/article/view/772>. Acesso em: 7 Abr. 2021.

FREUD, Sigmund. **Além do princípio de prazer**. Rio de Janeiro: Imago, 1996.

FREUD, Sigmund. **Atos obsessivos e práticas religiosas**. Rio de Janeiro: Imago, 1996.

FREUD, Sigmund. **O mal-estar na civilização**. Rio de Janeiro: Imago, 1996.

GIGLIOTTI, Analice. **Dependência, compulsão e impulsividade** – Rio de Janeiro: Editora Rubio, 2007.

GONDAR, Jô. **Sobre as compulsões e o dispositivo psicanalítico.** Ágora v. IV n. 2 jul/dez 2001. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/agora/a/CxvRDvDVz7v933JzvYbsjdb/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 01 Jul. 2021.

HEBERLE, Fernanda Mirele. **Jovens e autodescrição nas páginas da Internet: um estudo para pensar a compulsão a falar de e sobre si mesmo na sociedade contemporânea**. Salão de Graduação (3.: 2008 mai. 27-29: UFRGS, Porto Alegre, RS). Salão de Educação a Distância (4.: 2008 mai. 27-29: UFRGS, Porto Alegre, RS). Anais. Porto Alegre: UFRGS/PROGRAD, 2008., 2008. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/93869/Ensino2008_Resumo_20082252.pdf?sequence=1>. Acesso em: 5 Abr. 2021.

LEAL, Roberto C. **Compulsividade: descompasso em uma sociedade de consumo de massas**. In: Punta Del Leste, Uruguay: Texto apresentado no "IV Congreso Latino-americano de Psicologia Junguiana, 2006.

LEWIS, David; BRIDGES, Darren. **A alma do novo consumidor**. 1. ed. São Paulo: Editora M. Books do Brasil, 2004.

LIPOVETSKY, Gilles (2007). **A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

MOREIRA, Eduardo. **Economia do desejo: a farsa da tese neoliberal**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2020.

MORIN, Edgar. **Cultura de Massas no século XX**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

MULLER, Karina de Oliveira. **Sociedade de consumo e cultura do endividamento: Estudo de caso sobre consumidores compulsivos em Porto Alegre, RS. 2010**. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/29088>. Acesso em: 7 Abr. 2021.

PRADO, Ana Paula dos Santos; BARBOSA, Ester de Farias; SOUZA, Regina Maria. **Superexposição à informação e adoecimento psíquico na**

sociedade contemporânea. ANAIS DO FÓRUM DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DO UNIFUNEC, v. 10, n. 10, 2020. Disponível em: <https://seer.unifunec.edu.br/index.php/forum/article/view/4516>. Acesso em: 5 Ago. 2021.

RELVA, João Dos Santos. **Considerações sobre a terapêutica da neurose obsessivo-compulsiva**. Análise Psicológica, 1979. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/70651002.pdf>. Acesso em: 27 Jul. 2021.

SCHMIDT, Diego Rafael; DELLA MÉA, Cristina Pilla; WAGNER, Marcia Fortes. **Transtorno da Acumulação: características clínicas e epidemiológicas**. CES Psicología, v. 7, n. 2, p. 27-43, 2014. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/4235/423539424004.pdf>. Acesso em: 9 Abr. 2021.

SILVA, Ana Beatriz Barbosa. **Mentes consumistas: do consumismo à compulsão por compras**. São Paulo: Principium, 2014 Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=hu4TBAAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 7 Abr. 2021.

SIMILI, Elizabeti Cristina Pires Fernandes; FONSECA, Bárbara Cristina Rodrigues. **O vazio existencial na sociedade consumista contemporânea: uma revisão teórica**. Revista Científica Eletrônica de Psicologia da FAEF, 27ª edição, p. 1-14, 2016. Disponível em: <http://faef.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/F78jdj9Byy142i7_2017-10-18-17-48-56.pdf>. Acesso em: 9 Ago. 2021.

SIQUEIRA, Vinícius. **A dialética da produção e consumo em Marx**. Colunas Tortas, 2014. Disponível em: <https://colunastortas.com.br/producao-e-consumo-em-marx/>. Acesso em: 16 Abr. 2021.

STRUCKEL, Eliza Regina Teixeira; DE ARRUDA SILVA, Ana Lúcia; ZANDONADI, Antônio Carlos. **Transtorno obsessivo compulsivo: acumulação, a outra face do consumismo**. Revista Farol, v. 3, n. 3, p. 36-47, 2017. Disponível em: <http://www.revistafarol.com.br/index.php/farol/article/view/40>. Acesso em: 9 Abr. 2021.

TAVARES, H. **Jogo patológico e suas relações com o espectro impulsivo-compulsivo.** São Paulo, 2000. 184 f. Tese (Doutorado) – Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo.

TEIXEIRA, Dinair Velleda. **Relações de poder sob o olhar marxista e foucaultiano.** Revista Didática Sistêmica, ISSN 1809-3108, Volume 6, julho a dezembro de 2007. Disponível em: <https://periodicos.furg.br/redsis/article/view/1247/542>. Acesso em: 14 Abr. 2021.

ZIZEK, Slavoj. **Como ler Lacan**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.