



UNIVERSIDADE D
COIMBRA

Rui Miguel Passadouro Carreira

**PSICOTERAPIAS PARA A COMPRA
COMPULSIVA E A SUA APLICABILIDADE NAS
ORGANIZAÇÕES: *SCOPING REVIEW***

Dissertação no âmbito do Mestrado Integrado em Psicologia, área de especialização em Psicologia das Organizações e do Trabalho, orientada pelos Professores Doutores Carla Maria Santos de Carvalho (FPCEUC), Maria José Felício (ESTGA-UA) e do Mestre Paulo Costa (ESENfC) apresentada à Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação da Universidade de Coimbra.

Fevereiro de 2020

Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação
da Universidade de Coimbra

Psicoterapias para a Compra Compulsiva e a sua Aplicabilidade nas Organizações: *Scoping Review*

Rui Miguel Passadouro Carreira

Dissertação no âmbito do Mestrado Integrado em Psicologia, área de especialização em Psicologia das Organizações e do Trabalho, orientada pelos Professores Doutores Carla Maria Santos de Carvalho (FPCEUC), Maria José Felício (ESTGA-UA) e do Mestre Paulo Costa (ESEnfC) apresentada à Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação da Universidade de Coimbra.

Fevereiro de 2020



UNIVERSIDADE D
COIMBRA

Agradecimentos

“Deus quer, o homem sonha, a obra nasce.”

Um enorme agradecimento à minha orientadora, Professora Doutora Carla Maria Santos de Carvalho, por me ter orientado “*erguendo* a luz da *sua* espada para a estrada se ver” e por me ter desafiado a fazer cada vez mais e melhor, sempre com um enorme carinho.

Professora Doutora Maria José Felício, “que aureola te cerca?”

Ao Professor Paulo, Mestre, mas com conhecimentos de Doutor. “O único imperador que tem, deveras *todo o método* na sua mão”

Aos Professores Doutores Anabela e Pedro, obrigada pela vossa “bênção como espada, a espada como bênção!”

A Lia, “*louca*, sim, *louca*”. Louca “que me *atou* ao leme”. Louca por me fazer “passar além do Bojador... além dor”. Louca “qual a sorte a não dá”. Obrigado por tudo. A Lia, por tudo.

À minha mãe por me ter ensinado a amar “O homem que foi menino envelheceu” mas, enquanto “vivo é *teu* eterno infante”. “Que enigma havia em teu seio que só génios concebia?” Brincadeira.

Ao meu pai por me ensinar o significado de dedicação. “Pae... Dá-nos o exemplo inteiro e a tua inteira força”

Às minhas avós, por me fazerem viver tempos onde não estive e me alimentarem com o que criam. “Assim a lenda se escorre a entrar na realidade”

Ricardo, Pedro, André, Estor, Guy, Tiago, Diogo e Margarida obrigado por “na noite *escreverem* um seu Cantar de Amigo”

A mim, porque o auto-elogio também é importante: “que farei eu com esta *tese? escrevi-a, e fez-se*”

Resumo

As alterações sociais e culturais, motivadas por um maior destaque da sociedade de consumo, têm-se traduzido em aumentos de patologias associadas à aquisição, como é o caso da compra compulsiva.

Contudo, a evidência existente reportada na literatura para este fenómeno encontra-se dispersa. Este trabalho pretende mapear e identificar as intervenções psicológicas disponíveis, exclusivamente, para a compra compulsiva e descrever quais as suas características. Para tal, recorreu-se à metodologia *scoping review* proposta pelo *Joanna Briggs Institute*.

De um total de 1.454 *findings*, e após a sua análise, identificaram-se seis *findings* que iam de encontro à questão de revisão. A maioria inclui uma abordagem grupal cognitivo-comportamental aplicada ao longo de 12 sessões com frequência semanal. Todos os *findings* apresentaram intervenções com populações exclusivamente do sexo feminino.

Todavia, os referenciais teóricos e métodos utilizados no desenvolvimento das intervenções encontradas não foram reportados pelos seus autores. As estratégias encontradas, pelas suas características, não apresentam um potencial de replicação em diferentes tipos de organizações, pois focam-se no tratamento de distúrbios em fase avançada.

Em conclusão, este mapeamento é um ponto de partida para o desenvolvimento de uma revisão sistemática de efetividade que pretenda informar profissionais da psicologia das organizações sobre as melhores evidências disponíveis relativamente ao potencial terapêutico de intervenções psicológicas no tratamento de pessoas com compra compulsiva.

Adicionalmente, emerge deste trabalho a necessidade de elaborar estudos primários robustos focados, também, no desenvolvimento e implementação de intervenções do foro preventivo que possam ser aplicadas nos diversos contextos organizacionais.

Palavras-chave: psicologia das organizações, compra compulsiva, *scoping review*, psicoterapia

Abstract

Sociocultural changes, motivated by a stronger manifestation of consumerism, have originated higher numbers of buying-related pathologies, such as compulsive buying.

However, evidence of this phenomenon is scattered in the scientific literature. This paper aims to map and identify the psychological interventions that are available to treat compulsive buying, as well as to describe its main characteristics. In order to achieve this, the scoping review methodology (as proposed by the Joanna Briggs Institute) was used.

After the analysis of 1.454 findings, a total of six findings have been found that match the subject of this revision. The majority of the interventions found are based on a cognitive-behavioural group approach, applied throughout the course of 12 weekly sessions. All the findings reported interventions that were implemented with female participants. However, none of the authors reported if a theoretical framework or method was followed during the development of the found interventions. Furthermore, the interventions found do not show the potential to be replicated across different types of organizations, since they were focused on the treatment of people at an advanced stage of the disorder.

In conclusion, this review constitutes a starting point for the development of a systematic review of effectiveness aiming to inform organizational psychologists of the best available evidence on the potentially therapeutic effect of psychological interventions that wish to treat people with compulsive buying disorder.

Furthermore, this review highlights the need to undertake more robust primary studies that focus, as well, on the development of preventive interventions that can be implemented across different organizational settings.

Keywords: *organizational psychology, compulsive buying, scoping review, psychotherapy*

Índice

Agradecimentos	iii
Resumo.....	iv
Abstract	v
Índice.....	vi
Introdução	1
Enquadramento teórico.....	4
Metodologia.....	13
Resultados.....	16
Discussão.....	23
Limitações.....	26
Conclusão	27
Implicações para o futuro.....	28
Bibliografia.....	29
Apêndices	36

Introdução

A 25 de Setembro de 2015, a Organização da Nações Unidas (ONU) aprovou um documento intitulado “Agenda 2030”, no qual estão descritos 169 objetivos agrupados em torno de 17 temáticas/objetivos gerais dos quais se destacam o terceiro, “Saúde de Qualidade” (ONU, 2015a) e o décimo segundo, “Produção e Consumo Sustentáveis” (ONU, 2015b), para justificação do propósito deste estudo. Dentro do 3º, inclui-se um subtópico referente à saúde mental, uma das prioridades da Organização Mundial da Saúde (OMS), como se pode verificar no *Comprehensive Mental Health Action Plan 2013-2020* (OMS, 2013) e na *Special Initiative for Mental Health* (OMS, 2019).

Inserido no décimo segundo objetivo, incluem-se metas a atingir que têm como propósito assinalar e orientar para: a importância de regular a produção e o consumo de forma a evitar o desperdício de recursos; a necessidade de as empresas adotarem práticas sustentáveis e incluírem nos seus relatórios de atividade informações sobre sustentabilidade; e a urgência dos Estados promoverem compras públicas sustentáveis e de acordo com as prioridades nacionais (ONU, 2015b).

Foram estes objetivos, definidos pela OMS e pela ONU, em conjunto com muitas outras organizações, que despertaram a atenção para a relevância da saúde mental no comportamento do consumidor. Este destaque, juntamente com as alterações culturais e sociais e com o aumento da prevalência da Compra Compulsiva (CC) (Raab et al., 2012) demonstram a pertinência de explorar quais os tratamentos psicológicos disponíveis na literatura direcionados a esta problemática.

A compra compulsiva tem impacto negativo em múltiplas áreas da vida do indivíduo traduzindo-se em dívidas (que podem levar a problemas legais), destruição de laços com a família e amigos, sentimentos de culpa, *stress*, angústia psicológica e autoestima deteriorada (Mrad & Cui, 2019). Contudo, este trabalho pretende realçar a importância do estudo sobre esta patologia na ótica da psicologia, mais concretamente, de áreas da psicologia como a psicologia das organizações e a psicologia do consumidor.

A compra compulsiva sempre foi vista como o “lado negro” do comportamento do consumidor pois, ainda que as adições do consumidor possam ser “rentáveis” para as organizações (sob o ponto de vista comercial), esse tipo de hábitos de consumo tende a ser errático e de difícil sustentação, durante longos períodos de tempo (Darrat, Darrat, & Amyx, 2016). Logo, se as organizações conseguirem disponibilizar alternativas saudáveis e estratégias específicas para ajudar os consumidores a combater a CC, então, a qualidade de vida dos compradores compulsivos pode

melhorar, evidenciando uma atuação socialmente responsável e gerando resultados para as organizações que se podem traduzir numa rentabilidade a longo prazo (Darrat et al., 2016). Além disso, os consumidores tendem a valorizar empresas cuja imagem está associada à de organizações socialmente responsáveis, existindo estudos que consideram que a responsabilidade social é uma das características que mais impacto e efeito tem na lealdade do consumidor à empresa (Sen, Du, & Bhattacharya, 2016).

A importância dos comportamentos socialmente responsáveis não deverá ser considerada pelas empresas apenas por uma questão de lealdade dos seus consumidores. As organizações são socialmente responsáveis uma vez que são, também elas, parte do problema. Isto porque fatores como o *marketing* e a publicidade parecem desempenhar uma grande influência nos compradores compulsivos (Marino, Ertelt, Mitchell, & Lancaster, 2011), havendo, inclusive, programas psicoterapêuticos que ensinam às pessoas estratégias para lidar com essas influências (Benson, Eisenach, Abrams, & Van Stolk-Cooke, 2014).

Os impactos das empresas e organizações no consumo não se cingem somente às pressões que exercem no sentido da compra dos seus produtos ou serviços, mas também a fatores internos, como o ambiente de trabalho, ou o *stress* que induzem nos funcionários (Berişler, 2019), pois, o ato de comprar parece ser uma estratégia de *coping* frequentemente adotada pelas pessoas em geral, e pelos compradores compulsivos em particular, para lidar com o *stress* e a pressão laboral (Berişler, 2019).

Também os processos de grupo se podem relacionar com a compra compulsiva, uma vez que, muitas vezes, devido às suas características psicológicas, os compradores compulsivos tendem a ser facilmente influenciados nas suas decisões de compra pelos círculos sociais onde se inserem, regulando o seu comportamento individual de acordo com o comportamento grupal (Berişler, 2019).

Este trabalho pretende responder a ambos os objetivos identificados pela ONU, elencados com um só conceito - Compra Compulsiva - que surge como (ou de) uma patologia e tem influências na saúde mental dos doentes e no consumo vão. Como tal, o presente estudo tem como intuito aumentar a consciencialização para o fenómeno e mapear as intervenções psicológicas disponíveis para esta patologia, abrindo o caminho para futuros trabalhos sobre a introdução destas intervenções num contexto organizacional.

Numa fase inicial, propomo-nos a mapear e identificar os trabalhos desenvolvidos até ao momento, recorrendo a uma revisão sistemática *scoping*, doravante indicada como *scoping review*, que pretende responder à questão: Quais as características e operacionalização das terapias psicológicas para tratar pessoas com CC descritas na literatura?

Com o intuito de estruturar o nosso trabalho iremos, primeiramente, definir o contexto do estudo. De seguida, e após elucidar sobre a metodologia (*scoping review*), apresentamos as diversas

etapas levadas a cabo para mapear e identificar os nossos resultados que, posteriormente, são apresentados e analisados.

Enquadramento teórico

Comprar faz parte do comportamento normal e saudável da maioria das pessoas, destinando-se esta ação à satisfação das necessidades de quem a pratica. Contudo, no caso dos compradores compulsivos, aparenta haver uma quebra na ligação entre o comportamento de compra e a supressão das necessidades, pois, no caso destas pessoas, o processo de adquirir serve de gratificação *per se* (O'Guinn & Faber, 1989). Algo comprovado pelo facto de os compradores compulsivos raramente admitirem utilizar os produtos/serviços que compram durante um episódio de CC (Müller, Mitchell, & De Zwaan, 2015).

Os Compradores compulsivos aparentam envolver-se mais amiúde em comportamentos de compra após experienciarem emoções negativas como angústia, tensão e raiva (McElroy, Keck, Pope, Smith, & Strakowski, 1994). O ato de adquirir surge, então, como um comportamento que alivia e/ou suprime, ainda que momentaneamente, emoções e sentimentos negativos, induzindo um estado de euforia ou momentos de prazer (Dell'Osso, Allen, Altamura, Buoli, & Hollander, 2008; Faber, 2011; Miltenberger et al., 2003). É de notar que os Compradores compulsivos não compram exclusivamente para si, podendo manifestar esse comportamento sob a forma de constantes ofertas de presentes aos seus familiares e amigos (Müller et al., 2015).

Cuidando naquilo que foi dito, a CC pode ser definida como um comportamento de compra crónico e repetitivo, de difícil interrupção e com consequências negativas a nível psicológico, familiar e financeiro, que ocorre em resposta a situações ou sentimentos negativos (Billieux, Rochat, Rebetez, & Van der Linden, 2008; Faber, & O'Guinn, 1992). Os episódios de compra são seguidos de remorsos e culpa devido aos gastos inapropriados realizados e às suas consequências nefastas (Müller et al., 2015).

As primeiras referências rastreáveis à CC remontam ao direito romano, que condenava aqueles que celeremente consumiam as heranças deixadas pelos seus ascendentes em desrespeito dos valores que aqueles lhes haviam transmitido, levando a sua família à ruína (Lejoyeux & Weinstein, 2013). Porém, a referência clínica inaugural surge em 1914 quando o psiquiatra alemão Emile Kraepelin cunha o termo *oniomania* (“onio” significa, em grego antigo, “para venda” e “mania” loucura) para categorizar aqueles a quem chamou de *buying maniacs* (Lejoyeux & Weinstein, 2013). Anos mais tarde, em 1924, o suíço Eugen Bleuler classifica a CC como um “impulso reativo”, e escreve:

“O elemento principal é a impulsividade, eles não conseguem evitar, o que, algumas vezes, se pode expressar por uma total incapacidade em pensar de um modo distinto

e em conceber as consequências sem sentido do seu ato, e até a possibilidade de não o cometer¹”.

McElroy et al. (1994) foram os primeiros a propor critérios para o diagnóstico de CC, que continuam a ser uma referência. Estes incluem: a) preocupações recorrentes com a compra e/ou desejos irresistíveis de comprar; b) compras recorrentes de difícil controlo (e que não ocorrem durante episódios maníacos); e c) consequências perniciosas que incluem angústia, problemas sociais e financeiros (Müller et al., 2015).

O que estará, então, na origem destes episódios? Existem várias tentativas de explicação do fenómeno de CC. As teorias neurobiológicas referem que o fenómeno de CC pode ter origem em deficiências nos circuitos neuronais responsáveis pelo processo de recompensa, dificultando as sensações de prazer com níveis de comportamento normais dos indivíduos e, por isso, fazendo com que estes tenham a necessidade de se expor a comportamentos extremos (Schmitz, 2005). Existem, também, diferenças reais e significativas no funcionamento cerebral nas pessoas com CC, quando comparados com indivíduos saudáveis, nomeadamente, em regiões responsáveis pela tomada de decisões (Knutson, Wimmer, Prelec, & Loewenstein, 2007; Raab, Elger, Neuner, & Weber, 2011).

Contudo, Soares, Fernandes e Morgado (2016) alegam que a presença de distúrbios químicos, como explicação para a CC, ainda não está adequadamente estabelecida. Além disso, os escassos estudos genéticos realizados até à data apontam em direções, por vezes, opostas como é o caso de Devor, Magee, Dill-Devor, Gabel e Black (1999) e de Comings (1998). Por estes motivos, ainda não parece ser possível estabelecer uma concordância quanto às diferenças biológicas significativas entre compradores compulsivos e pessoas sem a referida patologia.

Margaron (2004) considera as teorias que se baseiam, simplesmente, em predisposições biológicas, algo reducionistas, defendendo que o prazer e a sua busca compõem um processo mental complexo que envolve a interação do corpo com o seu meio. Este autor considera que nos comportamentos aditivos o prazer é resultado da emoção da perseguição do comportamento proibido e a partilha de experiências emocionais com os outros, sendo, então, a adição fruto da interação do contexto emocional do comportamento aditivo com os efeitos da ação em si (Margaron, 2004).

Também nesta linha de pensamento, Miller (2010) conjectura que este tipo de distúrbios é criado quando um sentimento positivo, dissonante do padrão normal de um sujeito, se associa a comportamentos específicos, e a pessoa tenta ensaiar sucessivamente determinada ação com o propósito de reproduzir o sentimento original. Em consonância com esta perspetiva, outros

¹ Tradução do autor a partir do original “The particular element is impulsiveness; they cannot help it, which sometimes even expresses itself in the fact that the patients are absolutely incapable to think differently, and to conceive the senseless consequences of their act, and even the possibility of not doing it” (as cited in Lourenço, Pereira, Nardi, & Silva, 2014, p.411)

investigadores (e.g., Müller et al., 2019; Nicolai, Darancó, & Moshagen, 2016) referem que, em fases iniciais, a compra serve como reforço positivo dado o prazer que proporciona à pessoa, mas, à medida que a doença progride, o ato de adquirir torna-se cada vez mais comum, degenerando numa repetição (compulsividade) que atua como reforço negativo em ordem a aliviar a tensão experienciada.

Outros autores (e.g., Nicolai & Moshagen, 2018) consideram que, com base nos resultados das suas pesquisas, a CC, entre outros distúrbios similares, surge de uma perceção enviesada do tempo. Para os compradores compulsivos, o tempo passa mais devagar e, por esse motivo, a sua dificuldade em perseverar é maior, entregando-se mais comumente a meios, facilmente alcançáveis, para aliviar situações de angústia e tensão.

Um ambiente familiar disfuncional aparenta relacionar-se com a CC. Por um lado, as experiências traumáticas precoces, entre elas o testemunho de violência e o abuso emocional, parecem correlacionar-se positivamente com a CC (Sansone, Chang, Jewell, & Rock, 2013); por outro, o criticismo parental (Kyrios, Frost, & Steketee, 2004), a falta de demonstrações de afeto (Krueger, 1988) e o uso de presentes, por parte dos progenitores, para reforçar positivamente comportamentos adequados ou compensar eventuais ausências (Scherhorn, 1990) também parece ter um papel evidente na CC.

No que respeita aos traços de personalidade, parece haver concordância entre alguns autores quanto à influência destes no processo de CC (Claes & Muller, 2011; Otero-López & Pol, 2013; Wang & Yang, 2008). De acordo com o modelo Big-Five, e segundo os autores mencionados, parecem existir alguns traços de personalidade comuns aos compradores compulsivos. Por exemplo, o traço conscienciosidade, que se relaciona com aspetos da personalidade como autodisciplina, orientação para o dever e planeamento dos comportamentos, é aquele que, de forma mais sistemática, se correlaciona negativamente com a CC. Do mesmo modo, a dimensão neuroticismo relacionada (grosso modo) com a instabilidade emocional, apresenta, de forma sistemática, diferenças estatisticamente significativas relativamente a sujeitos saudáveis, mas, neste caso, verifica-se uma correlação positiva com a tendência para a CC (Claes & Muller, 2011; Otero-López & Pol, 2013; Shahjehan, Qureshi, Zeb, & Saifullah, 2012). Concordando e partilhando os achados relativos às relações entre traços e a CC descritos anteriormente, Otero-López e Pol (2013) acrescentam que as diferenças de maior magnitude surgem nas facetas “ansiedade” e “compulsividade”, componentes do traço neuroticismo, e nas facetas “orientação para o dever” e “autodisciplina” integrantes do traço conscienciosidade.

Outras características psicológicas partilhadas pelos compradores compulsivos incluem uma baixa autoestima (Hanley & Wilhelm, 1992) e o perfeccionismo (Kyrios et al., 2004).

Os compradores compulsivos compartilham conjuntos de crenças, sendo algumas das mais comuns: *se eu tiver mais dinheiro vou ter uma vida mais feliz e com mais significado*; ou *o dinheiro vai permitir-me ser mais bem visto pelos outros* (Kellett & Bolton, 2009; Klontz & Britt, 2012; Psicoterapias para a Compra Compulsiva e a sua Aplicabilidade nas Organizações: *Scoping Review*

Nabeshima & Klontz, 2015); e (paradoxalmente) *o dinheiro é fonte de preocupações, ansiedade e merece a minha repugnância* (Klontz & Britt, 2012).

As causas explicativas para a CC não se cingem somente a questões pessoais como a personalidade ou a neurobiologia. De facto, o contexto social e económico voltado para o consumo presente no ocidente, é apontado pelos investigadores como uma das maiores causas da CC (Dell’Osso et al., 2008; Marino et al., 2011; Müller et al., 2015) proporcionando o aumento da CC como comportamento compensatório (Neuner, Raab, & Reisch, 2005). Desde 2015 que Müller et al. apontam o marketing, os centros comerciais, as compras *online* e as oportunidades de crédito como fatores potenciadores da CC. Marino et al. (2011) acrescentam que as constantes flutuações nas modas aumentam a pressão nos compradores compulsivos e que a ideia propagada pela cultura americana de busca pela juventude anexada com ideias de sucesso, amplifica ainda mais esta pressão. Assim, percebe-se o porquê de um dos preditores mais forte para a CC ser o materialismo (Dittmar, 2005; Rose, 2007).

A ideia de uma forte influência cultural é suportada por um estudo feito por Neuner et al. (2005) que comparou a prevalência da CC entre 1991, ano da queda do muro de Berlim, e 2001 na Alemanha Ocidental e Oriental, tendo observado um aumento da CC naquela que tinha sido, outrora, parte da União Soviética.

Mais recentemente um outro estudo (Berişler, 2019) procurou demonstrar que o contexto organizacional pode ter um impacto negativo na CC. Isto porque, num total de 175 participantes, 42 referiram utilizar a compra como uma estratégia de *coping* do *stress* e das pressões laborais. Para o autor, estes achados são surpreendentemente elevados (um rácio de um em cada quatro colaboradores de uma empresa), já que não era esperado que todos os colaboradores sentissem *stress* e pressão no seu trabalho. Assim, um ambiente laboral onde uma pessoa com CC experiencie eventos ou emoções negativas, tende a aumentar o número de episódios de compra como uma tentativa de lhes escapar (Berişler, 2019). Medidas com vista a tornar o trabalho mais ergonómico (adequando-o às pessoas) e controlar riscos psicossociais (e.g., relação com os colegas e chefias) têm efeitos positivos na saúde mental do trabalhador (Coelho, 2009). Assim, ao atender a estes fatores, a organização diminui a probabilidade de os colaboradores incorrerem na compra como estratégia de *coping*.

Contudo, é importante referir que a CC, como dizem O’Guinn e Faber (1989), como comportamento de compra, não pode ser completamente erradicado. Efetivamente, é necessário adquirir bens e produtos para garantir a nossa sobrevivência, o que aumenta a complexidade desta patologia. É esta grande multiplicidade de fatores - individuais, sociais e culturais - que leva, então, ao abandono de uma abordagem compreensiva médica, para a importância da adoção de um modelo compreensivo bio-psico-social (Müller et al., 2015).

Talvez sejam estas diferenças culturais que justificam as oscilações nos valores de prevalência nos diversos países.

Müller et al. (2019) compilaram os resultados de estudos com a prevalência de CC em dez países, envolvendo uma amostra conjunta de 16.432 elementos. A maior prevalência registada foi na Itália, 11,3%, e a menor na Hungria, 1,8%. Não existem dados relativos a Portugal, contudo, na Galiza, uma realidade próxima da nossa, os resultados obtidos rondam os 7,1% (Otero-López & Villardefrancos, 2014). No que diz respeito ao valor médio global, este deverá rondar os 5% da população geral (Maraz, Griffiths, & Demetrovics, 2016). Porém, a prevalência não é comum a todas as faixas etárias, na verdade, aparenta ser inversamente proporcional à idade, apresentando os adolescentes os valores mais elevados (Dittmar, 2005; Müller et al., 2015; Müller, Mitchell, Crosby, et al., 2010; Otero-Lopez & Villardefrancos, 2014; Villella et al., 2011).

A elevada prevalência da CC entre adolescentes e jovens adultos aponta para a necessidade de introduzir e implementar programas de prevenção desde tenra idade (Müller et al., 2019). Esta necessidade era já sublinhada anos antes por Yurchisin e Johnson (2004), que apontaram uma prevalência de 15% entre jovens adultos, alertando para futuras consequências negativas preocupantes na situação financeira dos jovens. Dentro deste tópico, Zhang, Bai, Wei, Yang e Fu (2019), referem a importância de as universidades desenvolverem grupos de aconselhamento psicológico para a comunidade estudantil que apresenta um problema aditivo com compras *online*, algo que os autores identificam como antecedente da CC.

No que diz respeito ao sexo, alguns estudos apontam uma maior prevalência nas mulheres (Marino et al., 2011; Otero-Lopez & Villardefrancos, 2014), outros indicam que a patologia ocorre igualmente em ambos os sexos (De Mattos et al., 2016; Müller, Mitchell, Crosby, et al., 2010). Segundo Dell’Osso et al. (2008) as diferenças encontradas poderão estar associadas ao facto de as mulheres procurarem mais tratamento do que os homens, ideia essa que é também reforçada por Müller et al. (2015) e por De Mattos et al. (2016).

Contudo, Faber e O’Guinn (2008), referem que a relação entre a compra compulsiva e o sexo feminino têm raízes nas crenças irracionais difundidas pelas campanhas publicitárias, ao longo dos anos, sobre as mulheres e as compras. Acrescentam que os primeiros anúncios se dirigiam a um público feminino extremamente emotivo, passando a ideia de que o ato de comprar seria uma resposta apropriada aos sentimentos e eventos negativos. Esta foi uma ideia que foi permanecendo ao longo do último século. Assim, se uma mulher comprasse em excesso era apenas considerada como insensata ou com pouca capacidade de autocontrolo, ignorando a possibilidade da presença de um problema sério (Faber & O’Guinn, 2008).

Por outro lado, a orientação sexual parece estar relacionada, de algum modo, com a expressão da CC, pois homens homossexuais e a comunidade LGBT, no geral, aparentam ter prevalências superiores (De Mattos et al., 2016; Grant et al., 2014). Outras variáveis sociodemográficas como o estado civil, a educação, a situação laboral ou o rendimento não aparentam ser preditores de CC (Müller et al., 2019).

No que diz respeito à comorbilidade, a CC apresenta uma relação acentuada com muitos outros distúrbios psicológicos. Müller, Mitchell, Black et al. (2010) conduziram um estudo onde analisaram uma população de 171 pacientes que procuravam tratamento para a CC e verificaram que 90% havia sido diagnosticado, pelo menos uma vez na vida, com algum tipo de doença psiquiátrica, particularmente, transtornos de humor e perturbações de ansiedade. Ademais, a CC também apresenta relações significativas com perturbações alimentares, abuso de substâncias (Christenson et al., 1994; Lejoyeux & Weinstein, 2010), perturbações de personalidade (entre as quais, a obsessiva compulsiva, a *borderline* e a evitante) e apresenta, também, associações com outras perturbações do controlo de impulsos como o jogo patológico e o *intermitente explosive disorder* (Lejoyeux & Weinstein, 2010; Müller et al., 2015). Tem, igualmente, uma relação muito próxima com o transtorno de acumulação, pois 80-90% das pessoas que sofrem desta patologia apresenta comportamentos de aquisição excessiva, sendo o mais comum a CC (APA, 2014).

Perante estes resultados, que atestam elevada comorbilidade, Müller, Mitchell, Black, et al. (2010) questionam-se sobre se a CC será realmente uma doença distinta ou um fenómeno derivado de outros transtornos psiquiátricos.

Todavia, existe alguma discordância na comunidade científica sobre a classificação de CC. Alguns autores defendem que a CC deve ser anexada à categoria de perturbações obsessivo-compulsivas (McElroy, Keck, & Phillips, 1995). Por outro lado, existem autores que defendem que essa classificação falha em captar a especificidade da perturbação, pois os comportamentos de CC não tendem a manifestar-se da forma marcadamente ritualizada como acontece com as perturbações obsessivas compulsivas (Müller et al., 2015). Dito isto, Müller et al. (2015) reconhecem que, dadas as semelhanças com outras adições, a CC poderia ser categorizada como uma *non-substance (behavioral) addiction*, pois o desejo avassalador de comprar, a cíclica perda de controlo sobre os gastos e o desconforto da tentativa de controlar as compras têm semelhanças com os períodos de desejo e a abstinência sentidos por aqueles que têm sintomas de adições de substâncias. Estes mesmos autores consideram que, uma vez que a CC pode ser concebida como uma dificuldade em inibir um impulso prejudicial para o próprio ou para outros, parece mais correto classificar a CC como uma perturbação do controlo de impulsos (Müller et al., 2015). Contudo, mais uma vez, esta perspetiva não é bem aceite na comunidade, havendo autores que criticam esta tentativa de patologização de um comportamento que poderia ser visto da perspetiva moral e legal (Hollander & Allen, 2006). De forma abreviada, podemos dizer que a investigação não concluiu se a CC se enquadra melhor nas patologias obsessivo-compulsivas, na adição ou nas perturbações do controlo de impulsos. Os autores identificaram sintomatologia obsessivo-compulsiva, características associadas à impulsividade, e outros, ainda uma mescla de traços impulsivos com compulsivos. Fica, assim, em aberto qual a melhor classificação para a patologia (Marino et al., 2011).

O debate sentido à volta da doença da CC comprova-se pela omissão do DSM-V (APA, 2014) e da recente 11ª Classificação Internacional de Doenças (OMS, 2018).

Psicoterapias para a Compra Compulsiva e a sua Aplicabilidade nas Organizações: *Scoping Review*

Importa, contudo, não confundir a CC com a compra impulsiva, que é um termo que tem sido utilizado durante muitos anos pela pesquisa dedicada ao consumo para se referir aos *externally triggered buying sprees* (Müller et al., 2015), normalmente, algo transversal a uma grande parte dos consumidores saudáveis (33%), e que representa uma parte das vendas bastante significativa. No comércio atual é um fenómeno normal haver desejos espontâneos de comprar e consumir, proporcionados, tanto pelas estratégias de marketing, que povoam as pessoas de necessidades urgentes, como pela facilidade de obter crédito instantâneo, através de cartões de crédito (Lejoyeux & Weinstein, 2013).

Segundo alguns autores (e.g., Park & Burns, 2005), o uso de cartões de crédito é o fator mais significativo no encorajamento da CC. Uma vez que outros comportamentos podem ser difíceis de identificar como sinais de alerta para um possível comportamento compulsivo, poderá ser importante intervir neste âmbito, nomeadamente controlando o crédito disponível. Estes autores atribuem este controlo aos governos e organizações, sendo sua a responsabilidade de proteger os indivíduos e a economia local.

No que diz respeito às escalas desenvolvidas especificamente para avaliar CC existem já várias opções. Em 2009, Ertelt, Marino, Mitchell e Lancaster enumeraram dez escalas desenvolvidas entre 1988 e 2004: a) *The Compulsive Buying Scale* de Valence, d'Astrous e Fortier em 1988; b) *Addictive Buying Indicator* de Scherhorn e colegas em 1990; c) *Compulsive Buying Scale* de Faber e O'Guinn em 1992; d) *Compulsive Buying Scale* de Edwards em 1993; e) *Minnesota Impulsive Disorder Interview* de Christenson e colegas em 1994; f) *Buying Impulsiveness Scale* de Rook e Fisher em 1995; g) *Yale-Brown Obsessive-compulsive Scale-Shopping Version* de Monahan e colegas em 1996; h) *Compulsive Acquisition Scale* de Frost e colegas em 1998; i) *Credit Card Use Scale* de Roberts e Jones em 2001; j) *Buying Cognitions Inventory* de Kyrios e colegas em 2004.

Contudo, é de salientar que aquelas que aparentam estar mais divulgadas e têm uma utilização mais consensual junto da comunidade científica são a *Compulsive Buying Scale* de Faber e O'Guinn e a *Yale-Brown Obsessive-compulsive Scale-Shopping Version* (YBOCS-SV) de Monahan e colegas. A primeira é uma escala que explora as motivações, comportamentos, sentimentos e aspetos financeiros associados ao comprar (Mitchell, Burgard, Faber, Crosby, & De Zwaan, 2006; Müller, Arikian, De Zwaan, & Mitchell, 2013). Trata-se de uma escala muito bem validada (Mitchell et al., 2006) com uma boa capacidade preditora, demonstrando, assim, ser uma importante ferramenta na identificação e diagnóstico da CC (Black, 2001). A YBOCS-SV tem parte dos seus itens dirigidos a analisar a componente cognitiva da CC e os restantes a componente comportamental (Black, 2001; Filomensky & Tavares, 2009), pretendendo disponibilizar uma avaliação da severidade e interferência dos pensamentos e comportamentos do comprar (Mitchell et al., 2006; Müller et al., 2013).

Ainda que esse não seja o objetivo deste estudo, é de referir a existência de fármacos que, embora não tenham sido desenvolvidos especificamente para o tratamento da CC, têm demonstrado alguns efeitos positivos no tratamento desta patologia (Soares et al., 2016). Não obstante, os resultados obtidos não são convincentes, não havendo, ainda, certezas sobre a sua eficácia quando comparados com grupos de controlo (Lejoyeux & Weinstein, 2010; Soares et al., 2016).

Por outro lado, ao longo dos anos, têm sido desenvolvidas algumas respostas psicoterapêuticas para a CC. A terapia em grupo tem sido utilizada, desde os anos 80, como forma de intervir nesta patologia, sendo desenvolvidos programas como o “*Shopaholics: An 8-week program to control compulsive spending*” (Benson & Gengler, 2004). Durante a década de 90, James Mitchell avança com um programa de intervenção grupal baseado na Terapia Cognitivo-Comportamental (TCC) (Benson & Gengler, 2004). Ainda durante esta década, Leonard Brazed, adota, também, intervenções de carácter grupal dirigidas, de um modo geral, a transtornos que apresentam uma relação próxima com o dinheiro, como é o caso da CC (Benson & Gengler, 2004). No final do século, David Parecki desenvolveu outra intervenção grupal específica para CC (Benson & Gengler, 2004).

Considerando as oportunidades terapêuticas atualmente disponíveis e testadas, a TCC aparenta ser a alternativa mais viável (Müller et al., 2015), todavia, são recomendados mais estudos sobre os seus efeitos para consolidar resultados (Benson & Gengler, 2004; Müller et al., 2019).

Esta foi também a conclusão de duas revisões da literatura feitas sobre os tratamentos para CC disponíveis.

Em 2014, Lourenço et al., desenvolveram uma revisão da literatura que objetivava identificar as principais abordagens terapêuticas disponíveis para CC. Assim, identificaram 14 artigos publicados em Português e Inglês que englobavam psicoterapia, farmacologia e intervenções combinadas. Concluíram que apenas a TCC demonstra uma resposta de sucesso ao tratamento, mas que não existe nenhuma abordagem padrão para CC e que as próprias intervenções TCC ainda não apresentam estudos de qualidade. Apesar dos seus resultados, esta revisão sistemática apresentou uma equação de pesquisa algo reduzida, contando apenas com cinco termos relativos a CC e três relativos a intervenções. Em adição, recolheu artigos de apenas três bases de dados.

Mais tarde, Hague, Hall e Kellett (2016), pretenderam avaliar a qualidade das abordagens terapêuticas disponíveis para CC, tendo elaborado uma revisão sistemática que comparou os resultados das intervenções. Igualmente concluíram que a abordagem TCC, principalmente em intervenção grupal, parece ser a mais útil. Tal como Lourenço et al. (2014), incluíram estudos de abordagens farmacológicas, psicológicas e combinadas, num total de 29 artigos - 17 que classificaram como psicoterapia e 12 como farmacologia - todos escritos em inglês. Todavia, apresentaram critérios de inclusão mais restritos uma vez que incluíram estudos que descrevessem o tratamento e terapias desenvolvidas primeiramente para CC. A nível de limitações apresentam fragilidades semelhantes à revisão de 2014, já que os termos incluídos foram cinco para a CC e três Psicoterapias para a Compra Compulsiva e a sua Aplicabilidade nas Organizações: *Scoping Review*

para as terapias e recorreram só a três bases de dados. Não obstante, Hague et al. (2016), referem que o seu trabalho é um avanço relativamente ao de Lourenço et al. (2014), já que utilizaram uma metodologia mais criteriosa. Estes autores apontam, ainda, que as intervenções por eles reportadas são bastante limitadas (e.g. tamanho de amostra reduzido) e não se encontram adequadamente descritas.

Apesar destes dois trabalhos, e atendendo ao número e heterogeneidade de tratamentos psicológicos existentes na literatura para pessoas com CC, verifica-se que a evidência disponível na literatura ainda se encontra dispersa e é contemplada juntamente com farmacologia. Por outro lado, o último trabalho data de 2016, havendo a necessidade de compreender que avanços foram feitos nestes últimos quatro anos, já que as evoluções tecnológicas mais recentes e os meios e plataformas digitais facilitam, por exemplo, o fenómeno das compras *online* (Kukar-Kinney, Scheinbaum, & Schaefers, 2016). Também, é igualmente importante verificar a existência, ou não, de alguma intervenção com potencial aplicabilidade em contextos organizacionais específicos (e.g., organizações, empresas, escolas ou instituições de saúde).

É neste contexto que surge a questão de investigação do presente estudo: Quais as características e operacionalização das terapias psicológicas para tratar pessoas com CC descritas na literatura?

Metodologia

Tendo presentes os objetivos do nosso estudo, utilizámos os procedimentos inerentes ao método da *scoping review*. Uma *scoping review* presta-se a mapear evidências (quantitativas ou qualitativas) presentes na literatura sobre um determinado tema, sejam elas conceitos, definições, entre outras, servindo, assim, para identificar lacunas na investigação, clarificar conceitos chave, ou verificar quais as evidências de uma área ou tópico. Por via da sua abrangência, uma *scoping review* pode ser bastante útil para agrupar informação de fontes distintas. Sob outra perspetiva, também elucida acerca do modo como foram conduzidos estudos de investigação numa determinada temática. Contudo, oferece uma visão geral da evidência existente, isto porque se propõe a fazer somente uma concatenação da informação. São também utilizadas como precursoras de uma revisão sistemática (Munnet al., 2018; Peters et al., 2015).

A metodologia para *scoping reviews* do *Joanna Briggs Institute* (JBI) foi utilizada por ser a opção que permite um varrimento de evidência disponível nas mais diversas fontes de informação. As *scoping reviews* consideram, à partida, como válidas quaisquer tipos de fontes de informação que a tornam numa metodologia mais compreensiva e integrativa. Além disto, para este tipo de revisões, não se preconiza a avaliação da qualidade metodológica dos estudos integrados para análise (Munnet al., 2018; Peters et al., 2015).

Para o efeito, serve-se da mnemónica PCC (*Population, Concept, Context*) no lugar da mnemónica PICO (*Population, Intervention, Comparison Outcome*), associada comumente a revisões sistemáticas de efetividade e, também, por ser um tipo de pesquisa que apresenta vantagens quando uma área da literatura ainda não foi devidamente explorada (Peters et al., 2017).

Particularizando, esta *scoping review* centrou-se em: (P) pessoas com diagnóstico de CC; (C) estudos que descrevem estratégias/programas de intervenção para tratamento de CC; (C) qualquer contexto geográfico e/ou organizacional.

Assim, no que concerne à população (P) a literatura deverá incluir pessoas com diagnóstico de CC, independentemente do sexo ou idade, podendo haver comorbilidade com outras patologias.

Para efeitos desta revisão, serão incluídos, no que respeita ao conceito (C), apenas estudos que façam referência a tratamentos psicológicos exclusivos para Compra Compulsiva que apresentem uma descrição pormenorizada do processo terapêutico (e.g., número de sessões, duração da intervenção e estratégias utilizadas).

Ademais, não foram incluídos estudos que foquem a implementação de tratamentos de ação combinada (psicológicos e farmacológicos). No caso da coexistência de tratamento farmacológico, este não deverá interferir na intervenção psicológica. Ou seja, a presença de farmacoterapia prévia à intervenção psicológica deve ser mantida constante.

Quanto ao contexto (C), não foram apresentadas restrições, uma vez que se pretendeu incluir estudos desenvolvidos em qualquer ponto do mundo, focados na implementação de tratamentos desenvolvidos em diversos contextos organizacionais.

Com o intuito de dar resposta à questão de investigação - Quais as características e operacionalização das terapias psicológicas para tratar pessoas com CC descritas na literatura? -, a equação de pesquisa englobou dois conceitos chave: CC e terapias psicológicas.

A estratégia de pesquisa delineada apresentou três fases distintas.

Primeiramente, realizou-se uma pesquisa inicial nos motores de busca *Google Scholar* e *B-on*, bem como nas bases de dados *PsycINFO* (via *Ovid*) e *MEDLINE* (via *PubMed*), seguida de uma análise dos títulos, resumos e lista de referências dos artigos obtidos, com o intuito de registar as variações do termo “compra compulsiva” presentes na literatura, para estas ingressarem na equação de pesquisa. Adicionalmente, procedeu-se à consulta de sinónimos, em inglês, de Compra Compulsiva em plataformas não científicas, entre as quais dicionários *online*, com o intuito de captar termos adicionais que poderiam ingressar na lista de termos substitutos a CC (ver Apêndice A).

A fim de dar resposta à segunda componente da equação de pesquisa, foi executado um processo semelhante ao descrito anteriormente, onde se procedeu à análise bibliográfica dos artigos com intenção de registar as terapias associadas à CC. Ademais, foi realizado, como complemento, um inventário de todas as variantes psicoterapêuticas existentes no seio da psicologia, tendo sido selecionadas as mais relevantes para integrar na equação de pesquisa (ver Apêndice A).

Após estes passos iniciais, procedeu-se à introdução dos termos nas bases *PsycINFO* (via *Ovid*), *MEDLINE* (via *PubMed*), *CINAHL*, *MedicLatina*, *Psychology and Behavior Sciences Collection* e *Evidence Resources Information Center* (via EBSCOhost), *Cochrane Library*, *JBI Evidence Synthesis* e nos repositórios Repositório de Acesso Aberto de Portugal (RCAAP) e *Opengrey*.

Contudo, este processo envolveu algumas particularidades a reportar. Uma delas é o facto de a base de dados *MEDLINE* não suportar a conjugação simultânea da ferramenta “*” (que inclui todas as variações de uma mesma palavra e, por conseguinte, expande os termos pesquisados) com a funcionalidade “>” (que delimita uma expressão que tem de estar presente na pesquisa integralmente). Por esse motivo, esta base de dados envolveu trabalho adicional, que consistiu na produção de variações nas palavras raiz, tornando a equação de pesquisa utilizada difere das restantes (ver Apêndice B).

Também a base de dados *Cochrane Library*, e atendendo às suas potencialidades de pesquisa, necessitou de algumas adaptações. Assim, na opção de pesquisa avançada foram apenas utilizados alguns termos mais relevantes nas opções *title*, *abstract*, *keyword* (ver Apêndice B).

Do mesmo modo, os repositórios *Opengrey* e *RCAAP*, devido às limitações das ferramentas de pesquisa, também motivaram a adaptação da equação, tendo-se optado por selecionar somente os termos mais relevantes para levar a cabo a procura (ver Apêndice B).

Dada a extensão da equação de pesquisa e respetivos componentes, foi tomada a decisão de selecionar somente os termos mais relevantes para a procura de descritores *Medical Subject Headings* (MeSH). Assim, foi tomado como critério para os termos relativos às terapias procurar aqueles que tinham resultados superiores a 1.000, dada a dimensão de artigos encontrada com termos relacionados a terapias e, também, MeSH relacionados com as terapias que, na primeira análise à literatura existente, aparentavam ter maior relevância. Foi tomada decisão similar com o *comprar compulsivo*, todavia o valor de referência é consideravelmente inferior, pois o número de artigos sobre a temática é relativamente reduzido. Aqui foram tidos como referência os valores dez e 15 pela amostra de resultados em diferentes bases. Nas bases que apresentavam um maior número de resultados utilizou-se o valor de referência 15 e nas restantes o dez (ver Apêndice B).

Após estas etapas, com a finalidade de obter a equação completa, procedeu-se à utilização dos operadores booleanos “OR” e “AND”. O primeiro foi utilizado para conjugar os termos e descritores MeSH alusivos a ambos os conceitos (Compra Compulsiva e terapias) de uma forma individual; o segundo teve como fim último a interseção dos resultados da operação anterior (ver Apêndice B).

Foram incluídos todos os resultados publicados e não publicados, até 21 de janeiro de 2020, escritos em espanhol, inglês e português, línguas compreendidas pelos dois revisores independentes que avaliaram a relevância dos mesmos. Esta avaliação foi inicialmente feita com base no título e resumo e, posteriormente, na versão completa do estudo verificando se o mesmo cumpria os critérios de inclusão. Em caso de dúvida os revisores discutiram a inclusão do resultado ou recorreu-se a um terceiro revisor.

O processo de seleção e inclusão dos *findings*², feito de acordo com o *Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses* (PRISMA-ScR) (Tricco et al., 2018), recorreu ao gestor bibliográfico *Mendeley* versão 1.19.5 (*Elsevier*) para a gestão dos *findings*, a extração das bases de dados e o processo de eliminação de duplicados.

² Que se conheça, até ao momento, não há uma tradução aceite pelo Centro Colaborador da JBI em Portugal para *findings*. Como tal, optámos por manter a terminologia em língua inglesa, que será adoptada ao longo deste trabalho.

Resultados

Foram encontrados um total de 1.454 *findings* recolhidos das bases de dados e repositórios, como potenciais estudos relevantes. Destes, foram eliminados 386 *findings* por se encontrarem duplicados. Dos restantes 1.068 *findings*, foram excluídos, com base no título e resumo, 979. Subsistiram 89 *findings*, dos quais se excluíram 16 pela língua em que estavam escritos, 22 por não ter sido possível o acesso ao texto integral (em alguns casos tentou-se contactar os autores sem sucesso), dez por não apresentarem intervenções específicas para CC e 35 por não apresentarem a descrição da intervenção (ver Apêndice C). Logo, remanesceram seis *findings* (ver Figura 1).

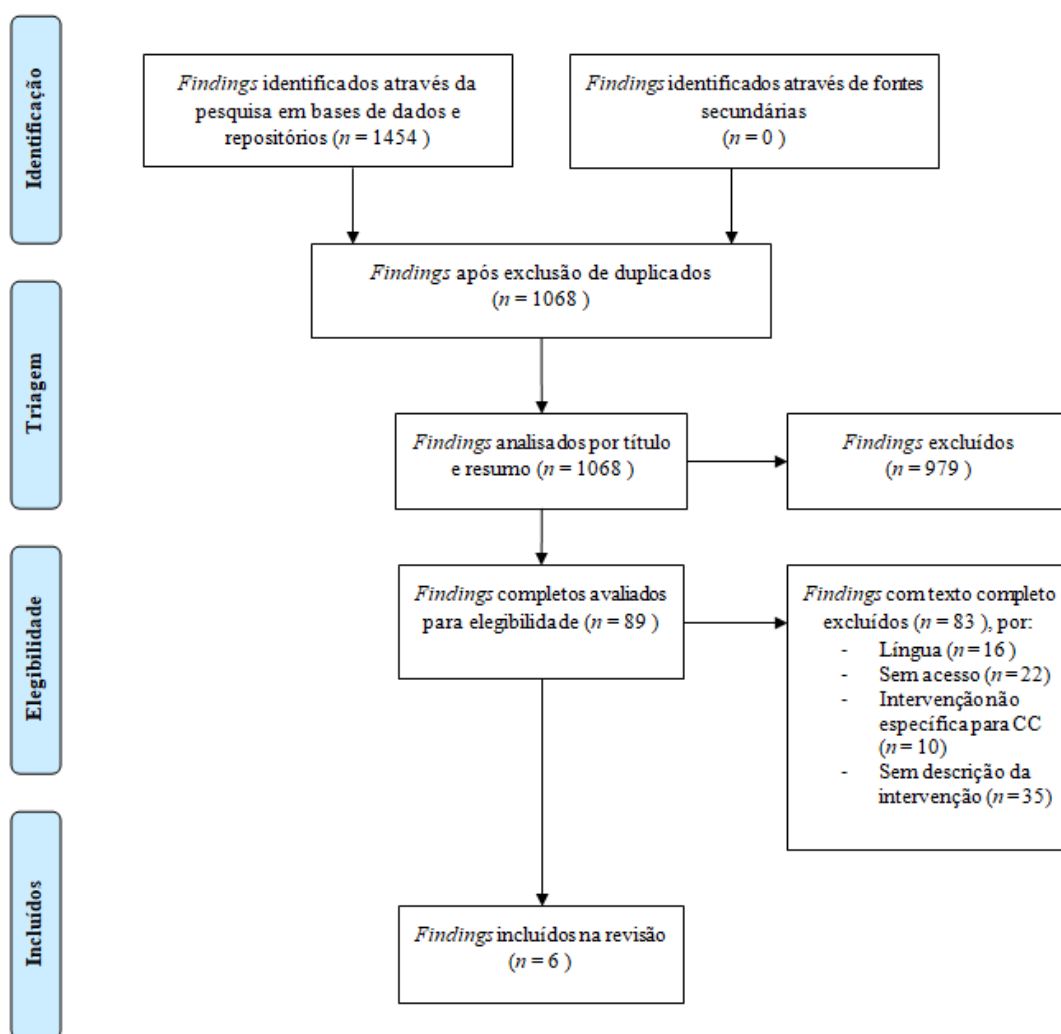


Figura 1

Esquema modificado do PRISMA para descrição do processo de seleção dos findings

Os *findings* foram publicados entre 2009 (Kellett & Bolton, 2009) e 2015 (Benson, 2015), cinco deles em inglês (Benson, 2015; Benson & Eisenach, 2013; Benson et al., 2014; Kellett & Bolton, 2009; Marino et al., 2011) e um em português (Brandtner, 2012). No que diz respeito ao

local de origem, os estudos remontam ao Brasil (Brandtner, 2012), Estados Unidos da América (Benson, 2015; Benson & Eisenach, 2013; Benson et al., 2014; Marino et al., 2011) e Reino Unido (Kellett & Bolton, 2009) (ver Tabela 1).

Com exceção de dois *findings* (Benson & Eisenach, 2013; Marino et al., 2011), que não fazem referência à amostra utilizada, todos os participantes são do sexo feminino. (ver Tabela 1)

No que diz respeito ao tipo de intervenção utilizada, quatro *findings* reportam intervenções grupais (Benson, 2015; Benson & Eisenach, 2013; Benson et al., 2014; Marino et al., 2011) e dois apresentam uma abordagem individualizada (Brandtner, 2012; Kellett & Bolton, 2009) (ver Tabela 1).

Existem dois *findings* quantitativos (Benson, 2015; Benson et al., 2014), dois mistos (Brandtner, 2012; Kellett & Bolton, 2009) e outros dois que, pela sua natureza, devem ser categorizados como uma síntese narrativa de um perito (Benson & Eisenach, 2013; Marino et al., 2011) (ver Tabela 1).

Todos os *findings* reportam intervenções baseadas em TCC. Contudo, há que relatar que três *findings* se referem a uma metodologia integrativa de diversas correntes da psicologia, que engloba TCC, psicoterapia psicodinâmica, psicoeducação, *mindfulness*, entre outras (Benson, 2015; Benson & Eisenach, 2013; Benson et al., 2014) (ver Tabela 1).

Relativamente à duração e frequência das intervenções, a maioria apresenta uma terapêutica com frequência semanal (Benson, 2015; Benson & Eisenach, 2013; Benson et al., 2014; Brandtner, 2012; Marino et al., 2011), havendo um caso que não refere a periodicidade das sessões (Kellett & Bolton, 2009). A duração das sessões varia, sendo em dois *findings* de 50 minutos (Brandtner, 2012; Kellett & Bolton, 2009) e em três de 100 minutos por sessão (Benson, 2015; Benson & Eisenach, 2013; Benson et al., 2014), não havendo, num dos *findings*, indicação da duração das sessões (Marino et al., 2011). Quanto à duração da intervenção esta varia de dez sessões (Marino et al., 2011) a 14 sessões (Kellett & Bolton, 2009), sendo que quatro *findings* têm intervenções com a duração de 12 sessões (Benson, 2015; Benson & Eisenach, 2013; Benson et al., 2014; Brandtner, 2012) (ver Tabela 1).

No que diz respeito à adesão à intervenção apenas Benson et al. (2014) discriminam essa informação. Os autores indicam que dos 11 participantes três estiveram em 12 sessões, outros três em 11 sessões, igualmente três em dez sessões e dois participantes apenas em nove sessões.

Ainda sobre a duração da intervenção, é importante indicar que no estudo de Kellett e Bolton (2009), tinha sido, inicialmente, acordado um contrato terapêutico de 17 sessões (três de avaliação, 13 de intervenção e uma de *follow-up*). Contudo, no decorrer da décima sessão de intervenção, e atendendo às melhorias significativas reportadas pela participante, optou-se por dar por concluída a fase de intervenção, acabando por passar de um total de 17 sessões para 14.

Por fim, apenas o *finding* de Brandtner (2012) faz referência ao profissional que poderá conduzir a intervenção descrita e quais as competências que este deverá ter.

Tabela 1*Objetivos, design, metodologia e resultados dos findings a estudo*

Autores	Ano	País	Objetivos	População	Desenho de Estudo	Tipo de Intervenção	Duração da Intervenção	Principais Resultados
Kellett & Bolton	2009	Reino Unido	Sintetizar a evidência sobre CC num modelo cognitivo-comportamental que pretende guiar a avaliação e intervenção de casos de CC.	Mulher de 36 anos que cumpre critérios para CC de acordo com a Compulsive Buying Scale.	Estudo de caso. Aplicação das seguintes escalas: Brief Symptom Inventory (BSI); Beck Depression Inventory-II (BDI-II); Inventory of Interpersonal Problems (IIP-32); CBS; Compulsive Acquisition Scale (CAS); Yale-Brown Obsessive-Compulsive Scale - Shopping version (YBOCS-SV).	<i>Cognitive-Behavioural Model for Compulsive Buying.</i>	14 sessões de 50 minutos das quais três foram de avaliação, dez de intervenção e uma sessão de follow-up após seis meses.	Resultados positivos no final da intervenção que melhoraram no follow-up.
Marino, Ertelt, Mitchell, & Lancaster	2011	Estados Unidos da América	Identificar o estado da investigação na área da CC.	Não aplicável.	Revisão da literatura.	TCC em grupo.	Dez sessões com frequência semanal.	Resultados positivos no final do tratamento e no follow-up de seis meses.
Brandtner	2012	Brasil	Descrever e avaliar os resultados de uma intervenção cognitivo-comportamental de um estudo de caso.	Mulher de 34 anos que cumpre critérios para CC de acordo com a Compulsive Buying Scale.	Estudo de caso. Aplicadas as seguintes escalas: Yale-Brown Obsessive-Compulsive Scale - Shopping version (YBOCS-SV); Beck Anxiety Inventory (BAI); Beck Depression Inventory-II (BDI-II); e Social Adjustment Scale (SAS).	TCC individual.	12 sessões semanais de 50 minutos.	Resultados positivos a meio da intervenção, que se mantiveram no follow-up (BAI, SAS e YBOCS-SV). BDI-II apresentou melhorias apenas no final da intervenção.
Benson & Eisenach	2013	Estados Unidos da América	Descrever o programa Stopping Overshopping Group Treatment.	Não Aplicável.	Texte de opinião de perito.	Terapia de Grupo: psicoterapia dinâmica, TCC, terapia comportamental dialética, entrevista motivacional, <i>mindfulness</i> e terapia da aceitação e do compromisso.	12 sessões semanais de 100 minutos.	Resultados positivos com base nos autorrelatos dos participantes, as suas experiências subjetivas, a redução da sua dívida, a redução dos níveis de compra compulsiva e um aumento na qualidade de vida. Trata-se de dados sem estudo empírico.

Benson, Eisenach, Abrams, & Van Stolk-Cook	2014	Estados Unidos da América	Testar a eficácia do programa <i>Stopping Overshopping</i>	11 participantes (seis no grupo experimental e cinco no grupo de controlo) Todos os sujeitos eram do sexo feminino com idades entre os 33 e os 59 anos.	Estudo empírico. Com grupo de intervenção e grupo de controlo (lista de espera de 12 semanas). Foi feita uma triagem telefónica e aplicadas as seguintes escalas: versão modificada de 11 itens da Compulsive Buying Scale de Valence; Compulsive Buying Scale de Richmond; Compulsive Buying Scale de Faber e O'Guinn, a Yale-Brown Obsessive-Compulsive Scale - Shopping version, Eating Attitudes Test (EAT-26), Saving Inventory - Revides (SI-R), Brief Symptom Inventory (BSI).	Terapia de Grupo: psicoterapia dinâmica, TCC, terapia comportamental dialética, entrevista motivacional, mindfulness e terapia da aceitação e do compromisso.	12 sessões semanais de 100 minutos.	Resultados positivos em todas as escalas de compra compulsiva após o tratamento e no follow-up de seis meses. O número e o tempo dos episódios de compra compulsiva, bem como o valor dos gastos, diminuíram significativamente. Estes resultados mantiveram-se no follow-up. Verificaram-se melhorias nos valores do SI-R. Não se verificaram diferenças significativas nos resultados da EAT-26 nem na BSI.
Benson	2015	Estados Unidos da América	exibir uma revisão da história, epidemiologia e características da CC; apresentar o programa <i>Stopping Overshopping</i> ; apresentar um caso prático; fazer uma breve revisão ao estudo piloto que testou o programa <i>Stopping Overshopping</i> .	Estudo de caso - Uma mulher participante num grupo do programa <i>Stopping Overshopping</i> ; Revisão do estudo piloto - 11 mulheres com idades entre os 33 e os 59 anos.	Estudo de caso. Aplicadas as escalas CBS de Valence et al.; CBS de Richmond; CBS de Faber and O'Guinn; e YBOCS-SV. Reavaliação após tratamento, follow-up seis meses e três anos. Estudo empírico – aplicadas as escalas CBS de Valence et al; CBS de Richmond; CBS de Faber and O'Guinn; e YBOCS-SV. Reavaliação após tratamento e em follow-up seis meses.	Terapia de Grupo: psicoterapia dinâmica, TCC, terapia comportamental dialética, entrevista motivacional, mindfulness e terapia da aceitação e do compromisso.	12 sessões semanais de 100 minutos.	Estudo de Caso – Resultados positivos em todas as escalas logo após o tratamento no follow-up de seis meses e três anos. Verificou-se redução no dinheiro e tempo gastos em compras. Revisão estudo piloto – resultados positivos nas quatro escalas. Redução no dinheiro e tempo gasto em compras. Os resultados mantiveram-se no follow-up dos seis meses.

Seguidamente, apresenta-se uma breve descrição da intervenção apresentada por cada um dos *findings*, por ordem cronológica.

Kellett e Bolton (2009) descrevem a aplicação do *Cognitive-Behavioural Model for Compulsive Buying* a Kath, uma paciente, que referiu passar grande parte do seu tempo a comprar itens destinados, na maioria das vezes, aos seus familiares, sem que nada conseguisse fazer para cessar esse comportamento. Foram aplicadas três escalas para avaliar a severidade da sua CC, adicionalmente, administram-se diversas escalas com o fim de avaliar o estado mental global da paciente, bem os como sintomas depressivos e os seus relacionamentos interpessoais (ver Tabela 1). Após os testes iniciais, continuou-se a avaliação terapêutica, que durou três sessões, composta por quatro fases, 1) Fatores predisponentes (experiências precoces e ambiente familiar); 2) Fatores precipitantes (fatores cognitivos precipitantes); 3) Ato da compra (Atenção); e 4) Pós-compra. Na primeira etapa do processo, perscrutaram-se algumas situações da infância da paciente e estabeleceram-se alguns paralelismos entre aquele que foi o seu passado e aquele que era o seu presente enquanto compradora compulsiva. Na segunda etapa, investigaram-se os estímulos internos que despertavam na paciente o desejo incessante de comprar. Na terceira, tentou-se compreender o que sentia, pensava e fazia a Kath no momento em que se via envolvida na CC de itens. A fase final da avaliação visou compreender o que experienciava a paciente após os episódios de CC. As dez sessões seguintes destinaram-se à intervenção, que foi composta por 11 tarefas (quatro dirigidas e prescritas para a vertente comportamental do problema e sete com um foco, sobretudo, nos aspetos cognitivos). Aquando do término da terapia, foram repetidas as avaliações, com recurso às escalas utilizadas inicialmente, e foi feito um levantamento qualitativo dos efeitos da terapia na doente. Volvidos seis meses, realizou-se uma última sessão de *follow-up* onde as escalas foram novamente aplicadas para atestar a eficácia da intervenção.

Marino et al. (2011), que apresentam uma síntese narrativa de peritos, descrevem a intervenção desenvolvida por Mitchell et al. (2006), que diz respeito a uma intervenção grupal de dez sessões semanais (ver Tabela 1). Durante as várias sessões de tratamento, são abordadas diversas temáticas, sendo que todas as semanas devem fazer um registo das suas compras e identificar comportamentos de compra problemáticos. Assim, na primeira sessão os participantes fazem o cálculo da dívida que contraíram e determinam um plano para a erradicar. Na segunda sessão, os sujeitos devem identificar os seus comportamentos de compra problemáticos e os fatores precipitantes dos mesmos. Durante a terceira sessão, aprendem a evitar situações problemáticas e impulsos e são ensinados a desenvolver comportamentos de compra mais saudáveis. É na quarta semana que são apresentadas técnicas de gestão financeira, como técnicas de poupança, balanço ou o uso de cartões de crédito. São também abordadas as questões da acumulação patológica. A meio da intervenção, no decorrer da quinta sessão é explicado como determinados acontecimentos originam emoções, comportamentos e pensamentos e a sua relação com a CC. Na sexta sessão é feita uma reestruturação cognitiva de determinadas crenças disfuncionais associadas à CC. As Psicoterapias para a Compra Compulsiva e a sua Aplicabilidade nas Organizações: *Scoping Review*

questões de autoestima e autoimagem são abordadas na sétima semana e nas duas sessões seguintes, através da implementação de estratégias de exposição, controlo de *stress* e resolução de problemas, os participantes são encorajados a enfrentar situações onde seja necessário controlar os seus impulsos e a lidar com estados de humor negativo. Por fim, na última sessão, são desenvolvidos os planos de prevenção de recaídas.

Marino et al. (2011), apontam resultados positivos na avaliação feita no *follow-up* após seis meses. Contudo, não são apresentados os moldes da avaliação feita. Estes autores, apresentam ainda, de forma mais sumariada, outros tratamentos desenvolvidos para CC.

Em 2012, Brandtner, na sua tese de mestrado, apresenta um estudo de caso de uma intervenção de TCC para uma mulher com CC. O sujeito em estudo foi alvo de quatro avaliações: na primeira sessão, após a sexta sessão, após a intervenção, e no *follow-up* 16 semanas após o término da intervenção (ver Tabela 1). Durante as 12 semanas da intervenção, foram exploradas as três fases que contemplavam a intervenção. A primeira focou-se, principalmente, em psicoeducação relativa à CC, pensamentos automáticos e crenças. Na segunda fase, foram ensinadas estratégias de resolução de problemas, controlo de ansiedade e de impulsos, identificação de fatores precipitantes, entre outros. Por fim, foram abordadas estratégias de prevenção de recaída e identificados eventos precipitantes de CC.

Nos restantes três *findings*, todos eles com o mesmo autor principal (Benson, 2015; Benson & Eisenach, 2013; Benson et al., 2014) foi utilizado o modelo *Stopping Overshopping Group Treatment Program*. Por esse motivo, aqui será apenas descrito o modelo uma só vez.

Este é um modelo compreensivo que utiliza ferramentas terapêuticas provenientes de seis tipos de intervenções psicológicas (ver Tabela 1). Numa fase inicial, foram feitas entrevistas telefónicas com o intuito de selecionar os participantes mediante alguns critérios, como a presença de outras patologias associadas, a idade e a resiliência. Após a seleção dos participantes, foi realizada a avaliação dos sujeitos com recurso a escalas dirigidas à CC, um questionário de dados sociodemográficos e de dados complementares que pretendia obter um histórico pessoal e um apanhado das compras feitas nas últimas duas semanas. Além disso, foi pedido um histórico das compras realizadas pelos membros do grupo nas últimas duas semanas. Seguidamente, cada indivíduo recebeu uma cópia do livro *To Buy or Not to Buy: Why we overshop and How to Stop* de Benson e dois diários de compras, sendo este material destinado às atividades realizadas tanto nas sessões como nos trabalhos para casa.

Posteriormente, os participantes foram encorajados a estabelecer uma relação de suporte com outro membro do grupo. As sessões de intervenção, propriamente-ditas, foram divididas em quatro partes: 1) meditação; 2) resumo da semana; 3) resumo do trabalho de casa; 4) explicação do trabalho a desenvolver durante a próxima semana. Em adição, cada participante deverá definir um objetivo para cada semana. É também criado um grupo de partilha online onde todos os participantes podem

expor questões ou situações com o grupo, isto porque o tempo disponível durante as sessões é limitado.

Durante a primeira parte do programa, foi colocado ênfase nos objetivos imediatos e concretos. Na segunda, os membros do grupo enquadraram a CC no contexto cultural e trabalharam a autoaceitação.

Na primeira sessão de leitura e de trabalhos para casa, os membros do grupo exploram as origens da CC, recorrendo a uma narrativa sobre o ambiente familiar onde cresceram, os seus pares e a sua relação com o dinheiro. De seguida, os membros do grupo examinam os estímulos que os levam à CC e as suas consequências. Após estes dois passos terem sido dados, e o seu resultado combinado numa história pessoal explicativa do fenómeno, os membros do grupo começam a descrever os impulsos para a compra que vão sentindo. Simultaneamente, iniciam um percurso que visa explorar a sua visão acerca da vida, e do percurso que querem tomar. Após isso, os participantes no grupo foram encorajados a questionar os motivos pelos quais têm comportamentos de CC. De seguida, os participantes são ensinados a reconhecer o início de um episódio de CC, resistir-lhe e a evitá-lo. Sucessivamente, os participantes têm contacto com literacia financeira para aumentarem a sua consciência para o problema. Posteriormente, os membros do grupo são incentivados a explorar os motivos pelos quais realmente compram.

Na fase seguinte, são ensinadas seis técnicas direcionadas para diferentes contextos indutores do consumo, e formas de resistir a pressões do meio para a compra.

A partir da oitava sessão da intervenção, os participantes aprendem a reconhecer as sensações corporais que surgem aquando dos impulsos de compra. É também nesta fase que aprendem a expressar sentimentos e emoções. Posteriormente, e recorrendo a uma técnica desenvolvida em 1994 por Olivia Mellan, é feito um apanhado da relação que os participantes têm com o dinheiro, dando-lhes, assim, maior perceção do impacto deste na sua vida.

De seguida, é explorada a forma como alguns pensamentos distorcidos podem moldar negativamente os sentimentos. Por fim, nesta etapa intermédia do programa, é pedido aos participantes que se relacionem com uma componente espiritual e que elaborem uma lista de gratidão.

A última fase do *Stopping Overshopping*, é dedicada à prevenção da recaída, sendo que os participantes adquirem competências e ferramentas para antecipar, prevenir e saber lidar com ela. Assim, são abordadas situações precipitantes e feitos dois treinos: um recorrendo a imaginação e outro à exposição à situação. Em modo de conclusão do programa, são abordadas as questões positivas do comprar e os participantes fazem um apanhado da sua experiência durante as 12 semanas de tratamento.

Discussão

Esta *scoping review* teve por objetivo mapear, identificar, analisar e sintetizar, segundo rigorosos critérios pré-definidos, *findings* que descrevessem intervenções psicoterapêuticas dedicadas ao tratamento da CC.

No final de um longo e rigoroso processo, que pretendemos descrever na presente dissertação, foram identificados seis *findings* que iam ao encontro da questão de pesquisa e que cumpriam os critérios de inclusão previamente definidos pela equipa de investigação. Um elemento comum a todos os *findings* foi a utilização, em algum grau, da TCC como modelo terapêutico. Estes resultados vão ao encontro do descrito na literatura atual que aponta a TCC como a única intervenção com resultados comprovados no tratamento da CC (Soares et al., 2016; Müller et al., 2015). Por outro lado, a ausência de *findings* com maior ênfase em outras abordagens terapêuticas pode dever-se à inexistência da descrição do processo terapêutico, acabando por ser excluídos pelo não cumprimento dos critérios de inclusão (ver Apêndice C).

Segundo Müller et al. (2015), as sucessivas dificuldades de autorregulação, a baixa autoestima, o humor negativo e os processos de reforço negativo associados com a CC são concordantes com os tratamentos proporcionados pela TCC como: auto-monitorização (Müller, Mitchell, & Peterson, 2012); técnicas de controlo de estímulos (Müller et al., 2012; Müller et al., 2015); motivação (Müller et al., 2012); aprendizagem de comportamentos alternativos (Müller et al., 2012; Müller et al., 2015); reestruturação cognitiva (Müller et al., 2012; Müller et al., 2015); exposição com prevenção de resposta (Müller et al., 2012; Müller et al., 2015); ou dessensibilização sistemática (Dell'Osso et al., 2008).

A escolha de TCC no tratamento da CC pode, igualmente, dever-se a resultados positivos prévios de intervenções desenvolvidas para outras patologias, como o jogo patológico (Miller, 2010), com as quais a CC apresenta comorbilidade e semelhanças (Lejoyeux & Weinstein, 2010; Müller et al., 2015).

Outro dos resultados encontrados foi o número de intervenções grupais (quatro em seis *findings*). A inclusão deste tipo de abordagem poderá dever-se ao facto de a intervenção em grupo reduzir os sentimentos de solidão, culpa, humilhação e fracasso; transmitir uma sensação de pertença e compreensão mútua, pois todos os participantes partilham do mesmo problema, transformando o grupo num contexto seguro para uma partilha honesta; corrigir, através do *feedback* dado pelo grupo, crenças, pensamentos e autoconceitos distorcidos; e reduzir a negação dos efeitos negativos da CC, permitindo um confronto com o problema em vez do evitamento, é algo comum nos compradores compulsivos (Benson & Gengler, 2004).

Se, por um lado, os grupos podem funcionar como uma ferramenta terapêutica, o oposto também é possível, pois eles têm o poder de influenciar as decisões de compra dos indivíduos (Berisler, 2019; Faber & O'Guinn, 2008). Logo, a existência de grupos em contexto organizacional

que coloquem grande ênfase nas diferenças hierárquicas, e sejam suportados por um conjunto de valores materialistas presentes, pode influenciar os indivíduos, principalmente os compradores compulsivos, criando a necessidade de estabelecer a sua identidade no seio do grupo com recurso a prolongamentos de si, neste caso, adquirindo objetos que lhes confirmam a identidade social desejada (Dittmar, Long, & Bond, 2007).

No que diz respeito aos conteúdos tratados nas sessões, parece haver uma concordância entre todos os autores em alguns aspetos como: a abordagem dos fatores precipitantes da CC; o controlo de impulsos; e o reconhecimento de pensamentos, sentimentos, emoções, comportamentos, crenças associadas à CC. É também colocada grande ênfase nas questões da prevenção da recaída, sendo que apenas o *finding* de Kellet e Bolton (2009) não faz referência a este tópico. Existem outras temáticas que parecem ser comuns a quase todos os trabalhos, nomeadamente, um registo de compras e a exploração do ambiente familiar durante a infância.

A inclusão do registo de compras tem como objetivo, para além de proporcionar informação ao terapeuta, aumentar o nível e consciência da pessoa sobre os seus comportamentos de compra (Benson & Eisenach, 2013). No que diz respeito à exploração do ambiente familiar, este foi incluído por, aparentemente, se relacionar com a CC no que diz respeito às experiências traumáticas precoces (Sansone et al., 2013), criticismo parental (Kyrios, Frost, & Steketee, 2004) ou falta de demonstrações de afeto (Krueger, 1988).

Contudo, verificam-se algumas particularidades nos trabalhos. Marino et al. (2011) é o único *finding* a abordar questões de autoestima e autoimagem. Os trabalhos de Benson (Benson, 2015; Benson & Eisenach, 2013; Benson et al., 2014) referem a importância da componente espiritual e a necessidade de demonstrar gratidão. A psicoeducação é uma componente fundamental da primeira fase da intervenção de Brandtner (2012). Por fim, apenas Kellet e Bolton (2009) fazem referência à importância da atenção durante o ato de compra.

Foi também possível, com esta *scoping review*, perceber que o conjunto populacional dos *findings* é constituído somente por pessoas do sexo feminino. Estes resultados vão ao encontro dos resultados descritos na literatura, de que os valores de prevalência são superiores nas mulheres (e.g., Marino et al., 2011; Otero-Lopez & Villardefrancos, 2014) e de que as mulheres procuram mais tratamento para CC do que os homens (Dell’Osso et al., 2008; De Mattos et al., 2016; Müller et al., 2015).

Por outro lado, a CC ainda não foi descrita como uma patologia nem incluída no DSM-V (APA, 2014) nem na 11ª Classificação Internacional de Doenças (OMS, 2018). Esta ausência dos manuais de classificação internacionais é consequência da discordância na comunidade científica quanto à categorização da CC (Marino et al., 2011) como perturbação obsessivo-compulsivas (McElroy et al., 1995), adição comportamental ou perturbações do controlo de impulsos (Müller et al., 2015). Poderá ser este o motivo do número reduzido de trabalhos desenvolvidos especificamente sobre intervenções psicológicas para a CC que apresentem a descrição da terapia. Psicoterapias para a Compra Compulsiva e a sua Aplicabilidade nas Organizações: *Scoping Review*

Ressalta-se que em nenhum dos *findings* encontrados foi feita menção ao processo de construção e validação prévia da terapia.

Não obstante o número reduzido de *findings*, os resultados encontrados através deste trabalho são inéditos quer pela metodologia (*scoping review*) como pela inclusão exclusiva de respostas psicológicas para o tratamento de CC.

Embora esta *scoping review* vise, apenas, mapear, identificar, e sintetizar *findings* na literatura, consideramos relevante discutir algumas particularidades identificadas, tendo em conta o enquadramento específico deste trabalho no âmbito da Psicologia das Organizações e do Trabalho.

Como foi descrito na parte introdutória desta *scoping review*, um dos grandes fatores responsáveis pela CC remete-nos para questões culturais como uma sociedade voltada para o consumo (Dell’Osso et al., 2008; Marino et al., 2011; Müller et al., 2015; Neuner et al., 2005), bem como questões a ela ligadas como as modas, o marketing, os centros comerciais, as compras *online* e as oportunidades de crédito (Müller et al., 2015). Todavia, apenas os *findings* de Benson (Benson, 2015; Benson & Eisenach, 2013; Benson et al., 2014) reconhecem o relevo destes fatores e dedicam-lhes etapas nos programas de tratamento para a CC. Benson e Eisenach (2013) no seu *Stopping Overshopping Group Treatment Program*, ensinam técnicas que os compradores compulsivos podem utilizar para fazer face a diferentes formas de pressão social, além de serem transmitidas estratégias específicas para os sujeitos se manterem focados nos seus objetivos, quando expostos a estímulos como superfícies comerciais ou publicidade.

Por outro lado, nos programas descritos em quatro *findings* estão presentes, durante a intervenção, medidas dedicadas a incrementar a educação financeira dos sujeitos. Por fim, em todos os *findings* existem componentes psicoeducativas cujo objetivo é ensinar de que modo a CC é usada como reforço negativo para escapar a estados de ansiedade ou angústia.

Não obstante, é de notar que, apesar da literatura referir que o contexto organizacional influencia o comportamento de compra dos colaboradores (um em cada quatro colaboradores reportou, num estudo realizado, utilizar a compra como estratégia de *coping* para lidar com o *stress* no local de trabalho), particularmente aqueles com CC (Berişler, 2019), não observámos em nenhum dos *findings* a descrição de uma medida terapêutica destinada, especificamente, a consciencializar a pessoa para os stressores potencialmente presentes no contexto organizacional.

Considerando, então, os objetivos da Agenda 2030 que responsabilizam as organizações por promoverem práticas sustentáveis (ONU, 2015b); as recomendações de Müller et al. (2019) e Norum (2008) em conduzir programas de sensibilização e educação para a CC como estratégia de prevenção; a influência do contexto laboral na utilização pelos colaboradores com a presença de CC e se, da compra como estratégia de *coping* (Berişler, 2019); bem como a vocação da psicologia das organizações tanto para a formação e desenvolvimento pessoal, como para a gestão dos stressores, fica demonstrada a importância e o papel da Psicologia da Organizações na CC.

Psicoterapias para a Compra Compulsiva e a sua Aplicabilidade nas Organizações: *Scoping Review*

Limitações

Primeiramente, pela sua natureza compreensiva e abrangente, cumprindo com as recomendações da JBI, as *scoping reviews* requerem um número significativo de recursos materiais e humanos para o seu desenvolvimento e conclusão.

Relativamente às limitações do método empregue, a definição de uma lista de bases de dados e repositórios é sempre uma etapa que poderá contribuir para a perda de evidência com significado para a questão de revisão. Não obstante, considera-se que foram incluídas bases de dados científicas alinhadas com a temática em foco, considerando-se igualmente a pertinência da literatura cinzenta.

Do mesmo modo, com o intuito de colmatar algumas das fragilidades identificadas em contribuições já existentes na literatura, considera-se que a estratégia de pesquisa elaborada apresentou um número significativo de termos e descritores associados comumente à temática em foco. Todavia, não se poderá desconsiderar a eventual perda de evidência relevante pela omissão de termos e/ou descritores não incluídos. Além disto, apesar de terem sido expandidas as línguas de publicação além do Inglês, não se poderá desvalorizar a existência de evidência relevante que tenha sido disponibilizada em outras línguas não contempladas.

Com o intuito de minimizar a exclusão de *findings*, durante o período de desenvolvimento deste trabalho, foram contactados alguns dos autores originais para esclarecimentos adicionais e/ou disponibilização do texto integral, não tendo sido obtidas respostas definitivas pelos mesmos. Neste sentido, poderá não ter sido incluída evidência disponível com interesse para a questão de revisão.

Por último, excluiu-se um número significativo de *findings* que se alinhavam à temática central desta revisão (tratamentos/intervenções psicológicas para pessoas com diagnóstico de CC) por não apresentarem uma descrição clara das suas características e operacionalização. Todavia, de modo a mapear e sintetizar evidência que sustente a potencial necessidade de se realizar uma revisão sistemática de efetividade, a mera inclusão de *findings* que apenas contemplassem o título ou vertente psicológica do tratamento reportado não seria suficientemente compreensivo e informativo.

Conclusão

Num mundo em que a população continua a aumentar, e se verificam enormes pressões sobre os recursos naturais do planeta, o foco das economias ocidentais deve passar por uma redução do consumo desnecessário, para que seja possível evitar uma crise global no meio ambiente (Tukker, 2017). Contudo, e no que à Psicologia diz respeito, fenómenos como a CC apresentam alguma dissonância no alcance das metas de consumo preconizadas, para mais quando se verificam aumentos na prevalência desta patologia (Raab et al., 2012).

Assim, justifica-se que sejam reunidos esforços no sentido de compreender melhor este fenómeno que resulta em consumo totalmente desprovido de utilidade para o próprio e para a sociedade (O'Guinn & Faber, 1989).

O objetivo desta *scoping review* foi analisar, mapear e sintetizar informação presente na literatura que descrevesse terapias psicológicas para o tratamento da CC, visando, assim, dirigir-se ao problema descrito de algum modo.

De acordo com o apurado no enquadramento teórico, a CC ainda não foi estabelecida como uma doença específica nos principais manuais (APA, 2014; OMS, 2018). Contudo, ainda que a CC seja somente um sintoma, a Psicologia, mais concretamente, a TCC, aparenta ser a melhor resposta possível para tratar esta disfunção (Müller et al., 2015). Ainda que esse não seja o propósito desta *scoping review*, os *findings* que obtivemos confirmam a eficácia da TCC em tratar a CC, pois descrevem melhorias nos participantes a estudo.

Pudemos observar a existência de alguns pontos comuns nas intervenções, como é o caso da intervenção grupal (Benson, 2015; Benson & Eisenach, 2013; Benson et al., 2014; Marino et al., 2011), o recurso, principalmente, a técnicas TCC (Benson, 2015; Benson & Eisenach, 2013; Benson et al., 2014; Brandtner, 2012; Kellett & Bolton, 2009; Marino et al., 2011) e a frequência semanal das intervenções (Benson, 2015; Benson & Eisenach, 2013; Benson et al., 2014; Brandtner, 2012; Marino et al., 2011).

Além disso, a prevenção, através da sensibilização e da educação para o tema (Müller et al., 2019; Zhang et al., 2019), a cargo de disciplinas como a Psicologia das Organizações, pelo seu papel e ação em processos ligados à formação e ao desenvolvimento pessoal, pode ser determinante, sobretudo, entre os jovens trabalhadores, uma vez que a prevalência entre eles ronda os 15% (Yurchisin & Johnson, 2004). Contudo, não foram encontradas quaisquer intervenções, no âmbito da psicologia das organizações, com o intuito de responder a esta temática, havendo motivos e espaço para esta área desenvolver a sua atuação na prevenção da CC. Ademais, quando o apoio organizacional é fundamental no tratamento da CC, dado que os trabalhadores passam grande parte do seu tempo nas organizações (Berişler, 2019), e um ambiente de trabalho que controle o *stress* pode ajudar estas pessoas (Darrat et al., 2016).

Implicações para o futuro

Primeiramente, e considerando que apenas se consideraram seis *findings* de um total de 1.454, e que destes alguns eram sínteses narrativas de peritos, uma das primeiras pistas que este trabalho oferece é a constatação de uma necessidade premente de uma investigação primária.

Uma vez que se trata de uma problemática que está a ganhar cada vez mais relevância a nível internacional este trabalho surge como uma base para estudos empíricos futuros dedicados a aplicações de TCC junto dos compradores compulsivos, ou de novas formas de tratamento para, assim, estarem disponíveis intervenções de qualidade.

É, igualmente, importante compreender que tipos de intervenções em contexto organizacional podem ser desenvolvidas e aplicadas, já que ficou claro que este é um contexto de grande relevo para esta patologia, não só pelas horas que passamos nas organizações, mas também pelos fatores grupais envolvidos. Assim, recomendamos o desenvolvimento de estudos empíricos de colaboração entre diversas áreas (e.g., psicologia das organizações e psicologia clínica) no desenvolvimento e implementação de intervenções estruturadas para testar a sua efetividade, qualidade e segurança em contexto organizacional. Além disto, destaca-se a necessidade de desenvolver uma revisão sistemática de efetividade direcionada para informar os psicólogos das organizações sobre qual a melhor prática a utilizar quando um colaborador apresenta sinais de CC.

Os seis *findings* encontrados reportam intervenções orientadas para pessoas numa fase mais avançada, dinamizadas por psicólogos com competências diferenciadas e em ambientes tradicionalmente clínicos.

Reconhecendo que as intervenções identificadas podem não ser, para o psicólogo das organizações, facilmente adotadas e/ou transpostas para um contexto organizacional (e.g. universidades e escolas) onde a incidência de novos casos é mais preponderante, julgamos necessário o desenvolvimento de mais intervenções focadas na consciencialização e prevenção de CC, com aplicabilidade e utilidade para os psicólogos das organizações.

Bibliografia

- American Psychiatric Association (2014). *DSM-V: Manual de diagnóstico e estatística das perturbações mentais* (5ª Ed.). Lisboa: Climepsi Editores.
- Benson, A. L. (2015). Stopping overshopping model. In B. T. Klontz, S. L. Britt, & K. L. Archuleta (Eds.), *Financial therapy: Theory, research, and practice* (pp. 191 - 214). New York: Springer.
- Benson, A. L., & Eisenach, D. A. (2013). Stopping overshopping: An approach to the treatment of compulsive-buying disorder. *Journal of Groups in Addiction & Recovery*, 8(1), 3-24.
- Benson, A. L., Eisenach, D., Abrams, L., & Van Stolk-Cooke, K. (2014). Stopping overshopping: A preliminary randomized controlled trial of group therapy for compulsive buying disorder. *Journal of Groups in Addiction & Recovery*, 9(2), 97-125.
- Benson, A. L., & Gengler, M. (2004). Treating compulsive buying. In R. H. Coombs (ed.), *Handbook of addictive disorders: A practical guide to diagnosis and treatment* (pp. 451-491). New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Berişler, E. (2019). *Job strain among white-collar employees and its effect on consumption* (Tese de Mestrado, Istanbul Bilgi University).
- Billieux, J., Rochat, L., Rebetz, M. M. L., & Van Der Linden, M. (2008). Are all facets of impulsivity related to self-reported compulsive buying behavior? *Personality and Individual Differences*, 44(6), 1432-1442.
- Black, D. W. (2001). Compulsive buying disorder: Definition, assessment, epidemiology and clinical management. *CNS Drugs*, 15 (1), 17-27. <https://doi.org/10.2165/00023210-200115010-00003>
- Brandtner, M. (2012). *Avaliação de processo-resultados de terapia cognitivo-comportamental para compras compulsivas* (Tese de Mestrado, Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS). Disponível em <http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/4615>
- Christenson, G. A., Faber, R. J., De Zwaan, M., Raymond, N. C., Specker, S. M., Ekern, M. D., ..., & Eckert, E. D. (1994). Compulsive buying: Descriptive characteristics and psychiatric comorbidity. *The Journal of clinical psychiatry*, 55(1), 5-11.
- Claes, L., & Müller, A. (2011). Personality and compulsive buying disorder. In A. Müller & J. E. Mitchell (Eds.). *Compulsive buying: clinical foundations and treatment* (pp. 105-113). New York: Routledge.
- Coelho, J. M. A. (2009). *Gestão preventiva de riscos psicossociais no trabalho em hospitais no quadro da união europeia* (Tese de doutoramento, Universidade Fernando Pessoa).
- Comings, D. E. (1998). The molecular genetics of pathological gambling. *CNS spectrums*, 3(6), 20-37.

- Darrat, A. A., Darrat, M. A., & Amyx, D. (2016). How impulse buying influences compulsive buying: The central role of consumer anxiety and escapism. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *31*, 103-108.
- Dell'Osso, B., Allen, A., Altamura, A. C., Buoli, M., & Hollander, E. (2008). Impulsive-compulsive buying disorder: Clinical overview. *Australian & New Zealand Journal of Psychiatry*, *42*(4), 259-266.
- De Mattos, C. N., Kim, H. S., Requião, M. G., Marasaldi, R. F., Filomensky, T. Z., Hodgins, D. C., & Tavares, H. (2016). Gender differences in compulsive buying disorder: Assessment of demographic and psychiatric co-morbidities. *PloS One*, *11*(12). <http://doi.org/10.1371/journal.pone.0167365>
- Devor, E. J., Magee, H. J., Dill-Devor, R. M., Gabel, J., & Black, D. W. (1999). Serotonin transporter gene (5-HTT) polymorphisms and compulsive buying. *American journal of medical genetics*, *88* (2), 123-125.
- Dittmar, H. (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. <http://doi.org/10.1348/000712605X53533>.
- Dittmar, H., Long, K., & Bond, R. (2007). When a better self is only a button click away: Associations between materialistic values, emotional and identity-related buying motives, and compulsive buying tendency online. *Journal of social and clinical psychology*, *26*(3), 334-361.
- Ertelt, T. W., Marino, J. M., Mitchell, J. E., & Lancaster, K. (2009). Current status of cognitive-behavioral intervention for compulsive buying disorder. *Journal of Contemporary Psychotherapy*, *39*(4), 213-220.
- Faber, R. J. (2011). Diagnosis and epidemiology of compulsive buying. In A. Müller & J. E. Mitchell (Eds.), *Compulsive buying: Clinical foundations and treatment*, (pp. 3-17). New York: Routledge.
- Faber, R. J., & O'Guinn, T. C. (1992). A clinical screener for compulsive buying. *Journal of Consumer Research*, *19*, 459-469.
- Faber, R. J., & O'Guinn, T. C. (2008). Compulsive buying: Review and reflection. In C. P. Haugtvedt, P. M. Herr, & F. R. Kardes (Eds.), *Handbook of consumer psychology* (pp. 1039-1056), New York: Taylor & Francis Group.
- Filomensky, T. Z., & Tavares, H. (2009). Cognitive restructuring for compulsive buying. *Revista Brasileira de Psiquiatria*, *31*(1), 77-81.
- Grant, J. E., Odlaug, B. L., Derbyshire, K., Schreiber, L. R., Lust, K., & Christenson, G. (2014). Mental health and clinical correlates in lesbian, gay, bisexual, and queer young adults. *Journal of American College Health*, *62*(1), 75-78.

- Hague, B., Hall, J., & Kellett, S. (2016) Treatments for compulsive buying: A systematic review of the quality effectiveness and progression of the outcome evidence. *Journal of Behavioral Addictions*, 5 (3), 379-394.
- Hanley, A., & Wilhelm, M. S. (1992). Compulsive buying: An exploration into self-esteem and money attitudes. *Journal of economic Psychology*, 13(1), 5-18.
- Hollander, E., & Allen, A. (2006). Is compulsive buying a real disorder, and is it really compulsive?. *The American Journal of Psychiatry*, 163(10), 1670-1672.
- Kellett, S., & Bolton, J. V. (2009). Compulsive buying: A cognitive-behavioural model. *Clinical Psychological and Psychotherapy*, 16(2), 83-99.
- Klontz, B. T., & Britt, S. L. (2012). How clients' money scripts predict their financial behaviors. *Journal of Financial Planning*, 25(11), 33-43.
- Krueger, D. W. (1988). On compulsive shopping and spending: A psychodynamic inquiry. *American journal of psychotherapy*, 42(4), 574-584.
- Kukar-Kinney, M., Scheinbaum, A. C., & Schaefers, T. (2016). Compulsive buying in online daily deal settings: An investigation of motivations and contextual elements. *Journal of business research*, 69(2), 691-699.
- Kyrios, M., Frost, R. O., & Steketee, G. (2004). Cognitions in compulsive buying and acquisition. *Cognitive Therapy and Research*, 28(2), 241-258.
- Lejoyeux, M., & Weinstein, A. (2010). Compulsive Buying. *The American Journal of Drug and Alcohol Abuse*, 36(5), 248-253. doi:10.3109/00952990.2010.493590
- Lejoyeux, M., & Weinstein, A. (2013). Shopping addiction. In P. M. Miller (Ed.), *Principles of addiction: Comprehensive addictive behaviors and disorders* (pp. 847-853), San Diego: Academic Press
- Lourenço, P., Pereira, V. M., Nardi, A. E., & Silva, A C. (2014). Psychotherapy for compulsive buying disorder: A systematic review. *Psychiatry Research*, 219(3), 411-419. doi:10.1016/j.psychres.2014.05.037
- Maraz, A., Griffiths, M. D., & Demetrovics, Z. (2016). The prevalence of compulsive buying: A meta-analysis. *Addiction*, 111(3), 408-419.
- Margaron, H. (2004). Pleasure: From onthogenesis to addiction. *Substance Use & Misuse*, 39, 1423-1434.
- Marino, J. M., Ertelt, T. W., Mitchell, J. E., & Lancaster, K. (2011). Compulsive buying. In B. A. Johnson (Ed.), *Addiction medicine* (pp. 649-660), New York: Springer.
- Mcelroy, S. L., Keck, P. E., & Phillips, K. A. (1995). Kleptomania, compulsive buying, and binge-eating disorder. *The Journal of clinical psychiatry*, 56(4), 14-26.
- Mcelroy, S. L., Keck, P. E., Pope, H. G., Smith, J. M. R., & Strakowski, S. M. (1994). Compulsive buying: A report of 20 cases. *The Journal of Clinical Psychiatry*, 55(6), 242-248.

- Miller, R. (2010). The feeling-state theory of impulse-control disorders and the impulse-control disorder protocol. *Traumatology*, *16* (3), 2-10.
- Miltenberger, R. G., Redlin, J., Crosby, R., Stickney, M., Mitchell, J., Wonderlich, S., ..., & Smyth, J. (2003). Direct and retrospective assessment of factors contributing to compulsive buying. *Journal of Behavior Therapy and Experimental Psychiatry*, *34*(1), 1-9. doi:10.1016/s0005-7916(03)00002-8.
- Mitchell, J. E., Burgard, M., Faber, R., Crosby, R. D., & De Zwaan, M. (2006). Cognitive behavioral therapy for compulsive buying disorder. *Behaviour research and therapy*, *44* (12), 1859-1865.
- Mrad, M., & Cui, C. C. (2019). Comorbidity of compulsive buying and brand addiction: An examination of two types of addictive consumption. *Journal of Business Research*. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.023>
- Müller, A., Arikian, A., De Zwaan, M., & Mitchell, J. E. (2013). Cognitive-behavioural group therapy versus guided self-help for compulsive buying disorder: A preliminary study. *Clinical psychology & psychotherapy*, *20*(1), 28-35.
- Müller, A., Brand, M., Claes, L., Demetrovics, Z., De Zwaan, M., Fernández-Aranda, F., ..., & Kyrios, M. (2019). Buying-shopping disorder – Is there enough evidence to support its inclusion in ICD-11?. *CNS Spectrums*, *24* (4), 374-379.
- Müller, A., Mitchell, J. E., Black, D. W., Crosby, R. D., Berg, K., & De Zwaan, M. (2010). Latent profile analysis and comorbidity in a sample of individuals with compulsive buying disorder. *Psychiatry Research*, *178*(2), 348-353.
- Müller, A., Mitchell, J. E., Crosby, R. D., Gefeller, O., Faber, R. J., Martin, A., ..., & de Zwaan, M. (2010). Estimated prevalence of compulsive buying in Germany and its association with sociodemographic characteristics and depressive symptoms. *Psychiatry research*, *180*(2-3), 137-142.
- Müller, A., Mitchell, J. E., & De Zwaan, M. (2015). Compulsive buying. *The American Journal on Addictions*, *24*(2), 132-137.
- Müller, A., Mitchell, J. E., & Peterson, L. A. (2012). Assessment and treatment of compulsive buying. In J. E. Grant, & M. N. Potenza (Eds.), *The oxford handbook of impulse control disorders* (pp. 398-409). New York: Oxford University Press, Inc.
- Munn, Z., Peters, M. D., Stern, C., Tufanaru, C., McArthur, A., & Aromataris, E. (2018). Systematic review or scoping review? Guidance for authors when choosing between a systematic or scoping review approach. *BMC medical research methodology*, *18*(1).
- Nabeshima, G., & Klontz, G. N. (2015). Cognitive-behavioral financial therapy. In B. T. Klontz, S. L. Britt, & K. L. Archuleta (Eds.), *Financial therapy: Theory, research, and practice* (pp. 143 - 154). New York: Springer.

- Neuner, M., Raab, G., & Reisch, L. A. (2005). Compulsive buying in maturing consumer societies: An empirical re-inquiry. *Journal of Economic Psychology*, 26(4), 509-522. doi:10.1016/j.joep.2004.08.002
- Nicolai, J., Darancó, S., & Moshagen, M. (2016). Effects of mood state on impulsivity in pathological buying. *Psychiatry research*, 244, 351-356.
- Nicolai, J., & Moshagen, M. (2018). Pathological buying symptoms are associated with distortions in judging elapsed time. *Journal of behavioral addictions*, 7(3), 752-759.
- Norum, P. S. (2008). The role of time preference and credit card usage in compulsive buying behaviour. *International Journal of Consumer Studies*, 32(3), 269-275.
- O'Guinn, T. C., & Faber, R. J. (1989). Compulsive buying: A phenomenological exploration. *Journal of consumer research*, 16(2), 147-157.
- Organização Mundial da Saúde (2013). Comprehensive mental health action plan 2013-2020. Disponível em https://www.who.int/mental_health/action_plan_2013/en
- Organização Mundial da Saúde (2018). International classification of diseases 11th revision: The global standard for diagnostic health information. Disponível em <https://icd.who.int/en>
- Organização Mundial da Saúde (2019). Special initiative for mental health (2019-2023): Universal health coverage for mental health. Disponível em https://www.who.int/mental_health/evidence/special_initiative_2019_2023/en/
- Organização das Nações Unidas (2015a). Objetivos de desenvolvimento sustentável - Objetivo 3: Saúde de qualidade. Disponível em <https://unric.org/pt/objetivo-3-saude-de-qualidade-2/>
- Organização das Nações Unidas (2015b). Objetivos de desenvolvimento sustentável - Objetivo 12: Produção e Consumo Sustentáveis. Disponível em <https://unric.org/pt/objetivo-12-producao-e-consumo-sustentaveis/>
- Otero-López, J. M., & Pol, E. V. (2013). Compulsive buying and the five-factor model of personality: A facet analysis. *Personality and Individual Differences*, 55(5), 585-590.
- Otero-López, J. M., & Villardefrancos, E. (2014). Prevalence, sociodemographic factors, psychological distress, and coping strategies related to compulsive buying: A cross sectional study in Galicia, Spain. *BMC Psychiatry*, 14(1), 101.
- Park, H. & Burns, L. (2005). Fashion orientation, credit card use, and compulsive buying. *Journal of Consumer Marketing*, 22(3), 135-141.
- Peters, M., Godfrey, C., Mcinerney, P., Soares, C. B., Khalil, H., & Parker, D. (2015). Methodology for jbi scoping reviews. In E. Aromataris (Ed.), *The Joanna Briggs Institute Reviewers manual* (pp. 3 - 24). South Australia: The Joanna Briggs Institute.
- Peters, M., Godfrey, C., Mcinerney, P., Soares, C. B., Khalil, H., & Parker, D. (2017). Scoping reviews. In E. Aromataris, & Z. Munn (Eds.). *Joanna Briggs Institute Reviewer's Manual*. South Australia: The Joanna Briggs Institute. Available from <https://reviewersmanual.joannabriggs.org/>

- Raab, G., Elger, C. E., Neuner, M., & Weber, B. (2011). A neurological study of compulsive buying behaviour. *Journal of Consumer Policy*, 34(4), 401.
- Raab, G., Reisch, L., Gwozdz, W., Kollmann, K., Schubert, A. M., & Unger, A. (2012). Pathological buying behavior: Investigating the trend of compensatory & compulsive buying in Austria, Denmark & Germany. In A. Gasiorowska & T. Zaleskiewicz (Eds.), *Microcosm of Economic Psychology: Proceedings of the IAREP Conference Wroclaw 2012* (p. 257).
- Rose, P. (2007). Mediators of the association between narcissism and compulsive buying: The roles of materialism and impulse control. *Psychology and Addictive Behaviors: Journal of the Society of Psychologists in Addictive Behaviors*, 21(4), 576-581. <https://doi.org/10.1037/0893-164X.21.4.576>
- Sansone, R. A., Chang, J., Jewell, B., & Rock, R. (2013). Childhood trauma and compulsive buying. *International journal of psychiatry in clinical practice*, 17(1), 73-76.
- Scherhorn, G. (1990). The addictive trait in buying behaviour. *Journal of Consumer Policy*, 13, 33-51.
- Schmitz, J. M. (2005). The interface between impulse-control disorders and addictions: Are pleasure pathway responses shared neurobiological substrates?. *Sexual Addiction & Compulsivity*, 12, 149-168.
- Sen, S., Du, S., & Bhattacharya, C. B. (2016). Corporate social responsibility: A consumer psychology perspective. *Current Opinion in Psychology*, 10, 70-75.
- Shahjehan, A., Qureshi, J. A., Zeb, F., & Saifullah, K. (2012). The effect of personality on impulsive and compulsive buying behaviors. *African Journal of Business Management*, 6(6), 2187.
- Soares, C., Fernandes, N., & Morgado, P. (2016). A review of pharmacologic treatment for compulsive buying disorder. *CNS drugs*, 30(4), 281-291.
- Tricco, A. C., Lillie, E., Zarin, W., O'Brien, K. K., Colquhoun, H., Levac, D., ... & Hempel, S. (2018). PRISMA extension for scoping reviews (PRISMA-ScR): checklist and explanation. *Annals of internal medicine*, 169(7), 467-473.
- Villella, C., Martinotti, G., Di Nicola, M., Cassano, M., La Torre, G., Gliuizzi, M. D., ..., & Conte, G. (2011). Behavioural addictions in adolescents and young adults: Results from a prevalence study. *Journal of gambling studies*, 27(2), 203-214.
- Wang, C. C., & Yang, H. W. (2008). Passion for online shopping: The influence of personality and compulsive buying. *Social Behavior and Personality*, 36, 693-706.
- Yurchisin, J., & Johnson, K. K. (2004). Compulsive buying behavior and its relationship to perceived social status associated with buying, materialism, self-esteem, and apparel-product involvement. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 32(3), 291-314.

Zhang, J., Bai, Z., Wei, J., Yang, M., & Fu, G. (2019). The status quo of college students' online shopping addiction and its coping strategies. *International Journal of Psychological Studies*, *11*(2), 88-93.

Apêndices

Apêndice A

Tabela 1

Lista de termos incluídos na equação de pesquisa

Compra Compulsiva	Psicoterapias
Compulsive buy	Acceptance and commitment therapy
Compulsive shop	Behavioral therapy
Compulsive purchase	Behavioural therapy
Compulsive consumption	Client-centered psychotherapy
Compulsive spend	Cognitive analytic therapy
Compulsive buying disorder	Cognitive behavioral group therapy
Compulsive shopping disorder	Cognitive behavioral psychotherapy
Compulsive shopping disorders	Cognitive behavioral therapy
Shopaholic	Cognitive behavioural group therapy
Urge to spend	Cognitive behavioural psychotherapy
Emotional buy	Cognitive behavioural therapy
Emotional shop	Cognitive restructuring
Emotional purchase	Cognitive therapy
Emotional spending	Collaborative psychotherapy
Uncontrollable buy	Compassion focused therapy
Uncontrollable shop	Couple therapy
Uncontrollable purchase	Dialectical behavior therapy
Uncontrollable consumption	Dialectical behaviour therapy
Uncontrollable spending	Dynamic psychotherapy
Buying addict	Dynamic therapy
Shopping addict	Emotionally focus therapy
Purchasing addict	Existential therapy
Spending addict	Exposure and response prevention
Oniomania	Exposure Therapy
Obsessive buy	Eye movement desensitization and reprocessing
Obsessive shop	Family intervention
Obsessive purchase	Family therapy
Obsessive consumption	Group therapy
Obsessive spending	Guided self-help
Buying disorder	Habit Reversal Training
Shopping disorder	Imaginal desensitization
Spendaholic	Imaginal Exposure
Impulsive buy	Integrative psychotherapy
Impulsive shop	Marriage counseling
Impulsive purchase	Mentalization based psychotherapy
Impulsive consumption	Modification therapy
Impulsive spend	Motivational interview
Inefficient spend	Multimodal therapy
Shopping binge	Multisystemic therapy
Retail therapy	Narrative therapy
Splurging	Person centered therapy
Shopping spree	Positive psychology
Buying-shopping disorder	Psychoanalytic treatment
Pathological buying	Psychodynamic therapy

Psicoterapias para a Compra Compulsiva e a sua Aplicabilidade nas Organizações: *Scoping Review*

Pathological shopping	Psychological therapy
Pathological spending	Psychotherapy
Overspend	Social therapy
Overshop	Solution focused therapy
Bargain shoppers	Systematic desensitization
Collector shopper	Systemic therapy
Image shoppers	Therapeutic empathy
Codependent shoppers	Third generation therapy
Trophy shoppers	Treatment program
	Web-based intervention
	Control*
	Cure*
	Gestalt
	Heal*
	Intervention*
	Mindfull*
	Practic*
	Prevent*
	Program*
	Psychoanalysis
	Psychodrama
	Recover*
	Rehab*
	Therap*
	Treat*

Apêndice B

Tabela 2

Equação de pesquisa e resultados por base de dados

Base de Dados: PsycINFO (via Ovid)

Resultados: 709

Data:16-01-2020

- 1 "compulsive buy*".ti. or "compulsive buy*".ab.
- 2 "compulsive shop*".ti. or "compulsive shop*".ab.
- 3 "compulsive purchas*".ti. or "compulsive purchas*".ab.
- 4 "compulsive consum*".ti. or "compulsive consum*".ab.
- 5 "compulsive spend*".ti. or "compulsive spend*".ab.
- 6 "compulsive buying disorder*".ti. or "compulsive buying disorder*".ab.
- 7 "compulsive shopping disorder*".ti. or "compulsive shopping disorder*".ab.
- 8 shopaholic*.ti. or shopaholic*.ab.
- 9 "urge to spend".ti. or "urge to spend".ab.
- 10 "emotional buy*".ti. or "emotional buy*".ab.
- 11 "emotional shop*".ti. or "emotional shop*".ab.
- 12 "emotional purchas*".ti. or "emotional purchas*".ab.
- 13 "emotional spend*".ti. or "emotional spend*".ab.
- 14 "uncontrollable buy*".ti. or "uncontrollable buy*".ab.
- 15 "uncontrollable shop*".ti. or "uncontrollable shop*".ab.
- 16 "uncontrollable purchas*".ti. or "uncontrollable purchas*".ab.
- 17 "uncontrollable consum*".ti. or "uncontrollable consum*".ab.
- 18 "uncontrollable spend*".ti. or "uncontrollable spend*".ab.
- 19 "buying addict*".ti. or "buying addict*".ab.
- 20 "shopping addict*".ti. or "shopping addict*".ab.
- 21 "purchasing addict*".ti. or "purchasing addict*".ab.
- 22 "spending addict*".ti. or "spending addict*".ab.
- 23 oniomania.ti. or oniomania.ab.
- 24 "obsessive buy*".ti. or "obsessive buy*".ab.
- 25 "obsessive shop*".ti. or "obsessive shop*".ab.
- 26 "obsessive purchas*".ti. or "obsessive purchas*".ab.
- 27 "obsessive consum*".ti. or "obsessive consum*".ab.
- 28 "obsessive spend*".ti. or "obsessive spend*".ab.
- 29 "buying disorder*".ti. or "buying disorder*".ab.
- 30 "shopping disorder*".ti. or "shopping disorder*".ab.
- 31 spendaholic*.ti. or spendaholic*.ab.
- 32 "impulsive buy*".ti. or "impulsive buy*".ab.
- 33 "impulsive shop*".ti. or "impulsive shop*".ab.
- 34 "impulsive purchas*".ti. or "impulsive purchas*".ab.
- 35 "impulsive consum*".ti. or "impulsive consum*".ab.
- 36 "impulsive spend*".ti. or "impulsive spend*".ab.
- 37 "impulse buy*".ti. or "impulse buy*".ab.
- 38 "impulse shop*".ti. or "impulse shop*".ab.
- 39 "inefficient spend*".ti. or "inefficient spend*".ab.
- 40 "shopping bing*".ti. or "shopping bing*".ab.
- 41 "retail therap*".ti. or "retail therap*".ab.
- 42 splurging.ti. or splurging.ab.

-
- 43 "shopping spree".ti. or "shopping spree".ab.
- 44 "buying shopping disorder".ti. or "buying shopping disorder".ab.
- 45 "pathological buy".ti. or "pathological buy".ab.
- 46 "pathological shop".ti. or "pathological shop".ab.
- 47 "pathological spend".ti. or "pathological spend".ab.
- 48 overspend*.ti. or overspend*.ab.
- 49 overshop*.ti. or overshop*.ab.
- 50 "bargain shop".ti. or "bargain shop".ab.
- 51 "collector shop".ti. or "collector shop".ab.
- 52 "image shop".ti. or "image shop".ab.
- 53 "codependent shop".ti. or "codependent shop".ab.
- 54 "trophy shop".ti. or "trophy shop".ab.
- 55 "compulsive buy".mh.
- 56 "compulsive shop".mh.
- 57 "compulsive consum".mh.
- 58 "compulsive spend".mh.
- 59 "compulsive buying disorder".mh.
- 60 "shopping addict".mh.
- 61 "buying disorder".mh.
- 62 "impulsive spend".mh.
- 63 "pathological buy".mh.
- 64 overspend*.mh.
- 65 exp Compulsive Shopping/
- 66 1 or 2 or 3 or 4 or 5 or 6 or 7 or 8 or 9 or 10 or 11 or 12 or 13 or 14 or 15 or 16 or 17 or 18 or 19 or 20 or 21 or 22 or 23 or 24
or 25 or 26 or 27 or 28 or 29 or 30 or 31 or 32 or 33 or 34 or 35 or 36 or 37 or 38 or 39 or 40 or 41 or 42 or 43 or 44 or 45 or
46 or 47 or 48 or 49 or 50 or 51 or 52 or 53 or 54 or 55 or 56 or 57 or 58 or 59 or 60 or 61 or 62 or 63 or 64 or 65
- 67 "acceptance and commitment therap".ti. or "acceptance and commitment therap".ab.
- 68 ACT.ti. or ACT.ab.
- 69 "behavioral therap".ti. or "behavioral therap".ab.
- 70 "behavioural therap".ti. or "behavioural therap".ab.
- 71 "client centered psychotherap".ti. or "client centered psychotherap".ab.
- 72 "cognitive analytic therap".ti. or "cognitive analytic therap".ab.
- 73 "cognitive behavioral group therap".ti. or "cognitive behavioral group therap".ab.
- 74 "cognitive behavioral psychotherap".ti. or "cognitive behavioral psychotherap".ab.
- 75 cbt.ti. or cbt.ab.
- 76 "cognitive behavioral therap".ti. or "cognitive behavioral therap".ab.
- 77 "cognitive behavioural group therap".ti. or "cognitive behavioural group therap".ab.
- 78 "cognitive behavioural psychotherap".ti. or "cognitive behavioural psychotherap".ab.
- 79 "cognitive behavioural therap".ti. or "cognitive behavioural therap".ab.
- 80 "cognitive restructur".ti. or "cognitive restructur".ab.
- 81 "cognitive therap".ti. or "cognitive therap".ab.
- 82 "collaborative psychotherap".ti. or "collaborative psychotherap".ab.
- 83 "compassion focused therap".ti. or "compassion focused therap".ab.
- 84 cft.ti. or cft.ab.
- 85 "couple therap".ti. or "couple therap".ab.
- 86 "dialectical behavior therap".ti. or "dialectical behavior therap".ab.
- 87 "dialectical behaviour therap".ti. or "dialectical behaviour therap".ab.
- 88 "dynamic psychotherap".ti. or "dynamic psychotherap".ab.
- 89 "dynamic therap".ti. or "dynamic therap".ab.
- 90 "emotionally focus therap".ti. or "emotionally focus therap".ab.
-

-
- 91 eft.ti. or eft.ab.
- 92 "existential therap*".ti. or "existential therap*".ab.
- 93 "exposure and response prevent*".ti. or "exposure and response prevent*".ab.
- 94 "exposure therap*".ti. or "exposure therap*".ab.
- 95 "eye movement desensitization and reprocessing".ti. or "eye movement desensitization and reprocessing".ab.
- 96 emdr.ti. or emdr.ab.
- 97 "family intervent*".ti. or "family intervent*".ab.
- 98 "family therap*".ti. or "family therap*".ab.
- 99 "group therap*".ti. or "group therap*".ab.
- 100 "guided self help".ti. or "guided self help".ab.
- 101 "habit reversal train*".ti. or "habit reversal train*".ab.
- 102 "imaginal desensitization*".ti. or "imaginal desensitization*".ab.
- 103 "imaginal exposur*".ti. or "imaginal exposur*".ab.
- 104 "integrative psychotherap*".ti. or "integrative psychotherap*".ab.
- 105 "marriage counsel*".ti. or "marriage counsel*".ab.
- 106 "mentalization based psychotherap*".ti. or "mentalization based psychotherap*".ab.
- 107 "modification therap*".ti. or "modification therap*".ab.
- 108 "motivational interview*".ti. or "motivational interview*".ab.
- 109 "multimodal therap*".ti. or "multimodal therap*".ab.
- 110 "multisystemic therap*".ti. or "multisystemic therap*".ab.
- 111 "narrative therap*".ti. or "narrative therap*".ab.
- 112 "person centered therap*".ti. or "person centered therap*".ab.
- 113 "positive psycholog*".ti. or "positive psycholog*".ab.
- 114 "psychoanalytic treat*".ti. or "psychoanalytic treat*".ab.
- 115 "psychodynamic therap*".ti. or "psychodynamic therap*".ab.
- 116 "psychological therap*".ti. or "psychological therap*".ab.
- 117 psychotherap*.ti. or psychotherap*.ab.
- 118 "social therap*".ti. or "social therap*".ab.
- 119 "solution focused therap*".ti. or "solution focused therap*".ab.
- 120 "systematic desensitization*".ti. or "systematic desensitization*".ab.
- 121 "systemic therap*".ti. or "systemic therap*".ab.
- 122 "therapeutic empath*".ti. or "therapeutic empath*".ab.
- 123 "third generation therap*".ti. or "third generation therap*".ab.
- 124 "3rd generation therap*".ti. or "3rd generation therap*".ab.
- 125 "treatment program*".ti. or "treatment program*".ab.
- 126 "web based intervention*".ti. or "web based intervention*".ab.
- 127 control*.ti. or control*.ab.
- 128 cure*.ti. or cure*.ab.
- 129 gestalt.ti. or gestalt.ab.
- 130 heal*.ti. or heal*.ab.
- 131 intervention*.ti. or intervention*.ab.
- 132 mindful*.ti. or mindful*.ab.
- 133 practic*.ti. or practic*.ab.
- 134 prevent*.ti. or prevent*.ab.
- 135 program*.ti. or program*.ab.
- 136 psychoanalysis.ti. or psychoanalysis.ab.
- 137 psychodrama.ti. or psychodrama.ab.
- 138 recover*.ti. or recover*.ab.
- 139 rehab*.ti. or rehab*.ab.
-

140 therap*.ti. or therap*.ab.
141 treat*.ti. or treat*.ab.
142 "acceptance and commitment therap*".mh.
143 act.mh.
144 "behavioral therap*".mh.
145 "behavioural therap*".mh.
146 "cognitive behavioral group therap*".mh.
147 "cognitive behavioral psychotherap*".mh.
148 cbt.mh.
149 "cognitive behavioral therap*".mh.
150 "cognitive behavioural group therap*".mh.
151 "cognitive behavioural psychotherap*".mh.
152 "cognitive behavioural therap*".mh.
153 "cognitive restructur*".mh.
154 "cognitive therap*".mh.
155 "compassion focused therap*".mh.
156 cft.mh.
157 "couple therap*".mh.
158 "dynamic psychotherap*".mh.
159 "exposure and response prevent*".mh.
160 "exposure therap*".mh.
161 "eye movement desensitization and reprocessing".mh.
162 emdr.mh.
163 "family intervent*".mh.
164 "family therap*".mh.
165 "group therap*".mh.
166 "imaginal desensitization*".mh.
167 "narrative therap*".mh.
168 "positive psycholog*".mh.
169 "psychoanalytic treat*".mh.
170 "psychodynamic therap*".mh.
171 "psychological therap*".mh.
172 psychotherap*.mh.
173 "systematic desensitization*".mh.
174 "treatment program*".mh.
175 cure*.mh.
176 gestalt.mh.
177 heal*.mh.
178 intervention*.mh.
179 mindfull*.mh.
180 practic*.mh.
181 prevent*.mh.
182 program*.mh.
183 psychoanalysis.mh.
184 mpsychodrama.mh.
185 mrecover*.mh.
186 rehab*.mh.
187 therap*.mh.
188 treat*.mh.
189 exp "Acceptance and Commitment Therapy"/

-
- 190 exp Cognitive Behavior Therapy/
191 exp Cognitive Therapy/ or exp Group Psychotherapy/ or exp Intervention/
192 exp Psychodynamic Psychotherapy/ or exp Brief Psychotherapy/ or exp Psychoanalysis/ or exp Psychotherapy/ or exp
Experiential Psychotherapy/
193 exp Intervention/ or exp Couples Therapy/ or exp Psychotherapy/ or exp Family Therapy/
194 exp Cognitive Therapy/ or exp Psychodynamic Psychotherapy/ or exp Brief Psychotherapy/ or exp Psychoanalysis/ or exp
Psychotherapy/ or exp Experiential Psychotherapy/
195 exp Psychotherapeutic Techniques/ or exp Eye Movement Desensitization Therapy/ or exp Psychotherapy/ or exp Treatment/
or exp Cognitive Behavior Therapy/
196 exp Eye Movement Desensitization Therapy/
197 exp Hypnotherapy/ or exp Meditation/
198 exp Creative Arts Therapy/
199 exp Cognitive Therapy/ or exp Cognitive Restructuring/ or exp Systematic Desensitization Therapy/ or exp Motivational
Interviewing/ or exp Behavior Therapy/ or exp Cognitive Behavior Therapy/ or exp Aversion Therapy/
200 exp Art Therapy/ or exp Counseling/
201 exp Positive Psychology/ or exp Intervention/
202 exp Treatment/ or exp Psychodynamics/ or exp Psychoanalytic Theory/ or exp Psychoanalysts/ or exp Psychoanalysis/ or exp
Psychotherapeutic Processes/ or exp Psychotherapy/
203 exp Psychoanalysis/ or exp Psychotherapy/
204 exp Group Psychotherapy/ or exp Psychotherapeutic Techniques/ or exp Psychotherapy/
205 exp Systematic Desensitization Therapy/ or exp Cognitive Behavior Therapy/ or exp Intervention/ or exp Exposure Therapy/
or exp Hypnosis/
206 exp Treatment/ or exp Cognitive Behavior Therapy/ or exp Intervention/
207 exp Psychotherapeutic Techniques/ or exp Psychoanalysis/ or exp Treatment/ or exp Prevention/ or exp Psychotherapy/
208 exp Gestalt Therapy/ or exp Gestalt Psychology/
209 exp Psychotherapy/ or exp Group Psychotherapy/ or exp Art Therapy/
210 exp Group Intervention/ or exp Family Intervention/ or exp Intervention/
211 exp Mindfulness/
212 exp Prevention/ or exp Intervention/
213 exp Psychoanalysis/
214 exp Psychodrama/
215 exp "Recovery (Disorders)"/ or exp Behavior Change/
216 exp Treatment/ or exp Rehabilitation/
217 exp Treatment/ or exp Cognitive Behavior Therapy/ or exp Cognitive Therapy/
218 67 or 68 or 69 or 70 or 71 or 72 or 73 or 74 or 75 or 76 or 77 or 78 or 79 or 80 or 81 or 82 or 83 or 84 or 85 or 86 or 87 or 88
or 89 or 90 or 91 or 92 or 93 or 94 or 95 or 96 or 97 or 98 or 99 or 100 or 101 or 102 or 103 or 104 or 105 or 106 or 107 or
108 or 109 or 110 or 111 or 112 or 113 or 114 or 115 or 116 or 117 or 118 or 119 or 120 or 121 or 122 or 123 or 124 or 125
or 126 or 127 or 128 or 129 or 130 or 131 or 132 or 133 or 134 or 135 or 136 or 137 or 138 or 139 or 140 or 141 or 142 or
143 or 144 or 145 or 146 or 147 or 148 or 149 or 150 or 151 or 152 or 153 or 154 or 155 or 156 or 157 or 158 or 159 or 160
or 161 or 162 or 163 or 164 or 165 or 166 or 167 or 168 or 169 or 170 or 171 or 172 or 173 or 174 or 175 or 176 or 177 or
178 or 179 or 180 or 181 or 182 or 183 or 184 or 185 or 186 or 187 or 188 or 189 or 190 or 191 or 192 or 193 or 194 or 195
or 196 or 197 or 198 or 199 or 200 or 201 or 202 or 203 or 204 or 205 or 206 or 207 or 208 or 209 or 210 or 211 or 212 or
213 or 214 or 215 or 216 or 217
219 66 and 218
-

Base de Dados: MEDLINE (via PubMed)

Resultados: 436

Data: 15-01-2020

(((((....."compulsive consumers"[Title/Abstract]) OR "compulsive spend"[Title/Abstract]) OR "compulsive spender"[Title/Abstract]) OR "compulsive spending"[Title/Abstract]) OR "compulsive buying disorder"[Title/Abstract]) OR "compulsive buying disorders"[Title/Abstract]) OR "compulsive shopping disorder"[Title/Abstract]) OR "compulsive shopping disorders"[Title/Abstract]) OR Shopaholic*[Title/Abstract]) OR "urge to spend"[Title/Abstract]) OR "emotional buy"[Title/Abstract]) OR "emotional buyer"[Title/Abstract]) OR "emotional buyers"[Title/Abstract]) OR "emotional buying"[Title/Abstract]) OR "emotional shop"[Title/Abstract]) OR "emotional shopper"[Title/Abstract]) OR "emotional shoppers"[Title/Abstract]) OR "emotional shopping"[Title/Abstract]) OR "emotional purchase"[Title/Abstract]) OR "emotional purchasing"[Title/Abstract]) OR "emotional spending"[Title/Abstract]) OR "uncontrollable buy"[Title/Abstract]) OR "uncontrollable buyer"[Title/Abstract]) OR "uncontrollable buyers"[Title/Abstract]) OR "uncontrollable buying"[Title/Abstract]) OR "uncontrollable shop"[Title/Abstract]) OR "uncontrollable shopper"[Title/Abstract]) OR "uncontrollable shoppers"[Title/Abstract]) OR "uncontrollable shopping"[Title/Abstract]) OR "uncontrollable purchase"[Title/Abstract]) OR "uncontrollable purchasing"[Title/Abstract]) OR "uncontrollable consumption"[Title/Abstract]) OR "uncontrollable consumer"[Title/Abstract]) OR "uncontrollable consumers"[Title/Abstract]) OR "uncontrollable spending"[Title/Abstract]) OR "buying addict"[Title/Abstract]) OR "buying addicts"[Title/Abstract]) OR "shopping addict"[Title/Abstract]) OR "shopping addicts"[Title/Abstract]) OR "shopping addiction"[Title/Abstract]) OR "shopping addictions"[Title/Abstract]) OR "purchasing addiction"[Title/Abstract]) OR "spending addict"[Title/Abstract]) OR "spending addiction"[Title/Abstract]) OR Oniomania[Title/Abstract]) OR "obsessive buy"[Title/Abstract]) OR "obsessive buying"[Title/Abstract]) OR "obsessive shop"[Title/Abstract]) OR "obsessive shopper"[Title/Abstract]) OR "obsessive shoppers"[Title/Abstract]) OR "obsessive shopping"[Title/Abstract]) OR "obsessive purchase"[Title/Abstract]) OR "obsessive purchasing"[Title/Abstract]) OR "obsessive consumption"[Title/Abstract]) OR "obsessive consumer"[Title/Abstract]) OR "obsessive spending"[Title/Abstract]) OR "buying disorder"[Title/Abstract]) OR "buying disorders"[Title/Abstract]) OR "shopping disorder"[Title/Abstract]) OR "shopping disorders"[Title/Abstract]) OR Spendaholic*[Title/Abstract]) OR "impulsive buy"[Title/Abstract]) OR "impulsive buying"[Title/Abstract]) OR "impulsive shop"[Title/Abstract]) OR "impulsive shopping"[Title/Abstract]) OR "impulsive purchase"[Title/Abstract]) OR "impulsive purchasing"[Title/Abstract]) OR "impulsive consumption"[Title/Abstract]) OR "impulsive consumer"[Title/Abstract]) OR "impulsive consumers"[Title/Abstract]) OR "impulsive spend"[Title/Abstract]) OR "impulsive spending"[Title/Abstract]) OR "impulse buy"[Title/Abstract]) OR "impulse buyer"[Title/Abstract]) OR "impulse buyers"[Title/Abstract]) OR "impulse buying"[Title/Abstract]) OR "impulse shop"[Title/Abstract]) OR "impulse shopper"[Title/Abstract]) OR "impulse shoppers"[Title/Abstract]) OR "impulse shopping"[Title/Abstract]) OR "inefficient spend"[Title/Abstract]) OR "inefficient spending"[Title/Abstract]) OR "shopping binge"[Title/Abstract]) OR "shopping binging"[Title/Abstract]) OR "retail therapy"[Title/Abstract]) OR Splurging[Title/Abstract]) OR "shopping spree"[Title/Abstract]) OR "buying-shopping disorder"[Title/Abstract]) OR "buying shopping disorder"[Title/Abstract]) OR "pathological buying"[Title/Abstract]) OR "pathological shopping"[Title/Abstract]) OR "pathological spending"[Title/Abstract]) OR Overspend*[Title/Abstract]) OR Overshop*[Title/Abstract]) OR "Bargain shoppers"[Title/Abstract]) OR "Collector shopper"[Title/Abstract]) OR "Image shoppers"[Title/Abstract]) OR "Codependent shoppers"[Title/Abstract]) OR "Trophy shoppers"[Title/Abstract]) OR ((((((....."compulsive buy"[Title/Abstract]) OR "compulsive buyer"[Title/Abstract]) OR "compulsive buyers"[Title/Abstract]) OR "compulsive buying"[Title/Abstract]) OR "compulsive shop"[Title/Abstract]) OR "compulsive shopper"[Title/Abstract]) OR "compulsive shoppers"[Title/Abstract]) OR "compulsive shopping"[Title/Abstract]) OR "compulsive purchase"[Title/Abstract]) OR "compulsive

psychotherapy"[Title/Abstract]) OR "Marriage counseling"[Title/Abstract]) OR "Mentalization based
 psychotherapies"[Title/Abstract]) OR "Mentalization based psychotherapy"[Title/Abstract]) OR "Modification
 therapies "[Title/Abstract]) OR "Modification therapy"[Title/Abstract]) OR "Motivational
 interview"[Title/Abstract]) OR "Motivational interviews"[Title/Abstract]) OR "Multimodal
 therapies"[Title/Abstract]) OR "Multimodal therapy"[Title/Abstract]) OR "Multisystemic
 therapies"[Title/Abstract]) OR "Multisystemic therapy"[Title/Abstract]) OR "Narrative
 therapies"[Title/Abstract]) OR "Narrative therapy"[Title/Abstract]) OR "Person centered
 therapies"[Title/Abstract]) OR "Person centered therapy"[Title/Abstract]) OR "Person-centered
 therapies"[Title/Abstract]) OR "Person-centered therapy"[Title/Abstract]) OR "Positive
 psychology"[Title/Abstract]) OR "Psychoanalytic treatment"[Title/Abstract]) OR "Psychoanalytic
 treatments"[Title/Abstract]) OR "Psychodynamic therapies"[Title/Abstract]) OR "Psychodynamic
 therapy"[Title/Abstract]) OR "Psychological therapies"[Title/Abstract]) OR "Psychological
 therapy"[Title/Abstract]) OR "Psychotherapies"[Title/Abstract]) OR "Psychotherapy"[Title/Abstract])
 OR "Social therapies"[Title/Abstract]) OR "Social therapy"[Title/Abstract]) OR "Solution focused
 therapies"[Title/Abstract]) OR "Solution focused therapy"[Title/Abstract]) OR "Systematic
 desensitization"[Title/Abstract]) OR "systemic therapies"[Title/Abstract]) OR "Systemic
 therapy"[Title/Abstract])) OR ((((((((((((((((((((((((((((((("Therapeutic empathy"[Title/Abstract]) OR "Third
 generation therapies"[Title/Abstract]) OR "Third generation therapy"[Title/Abstract]) OR "3rd generation
 therapies"[Title/Abstract]) OR "3rd generation therapy"[Title/Abstract]) OR "Treatment
 program"[Title/Abstract]) OR "Treatment programs"[Title/Abstract]) OR "Web-based
 intervention"[Title/Abstract]) OR "Web-based interventions"[Title/Abstract]) OR Control*[Title/Abstract]) OR
 Cure*[Title/Abstract]) OR Gestalt[Title/Abstract]) OR Heal*[Title/Abstract]) OR Intervention*[Title/Abstract]) OR
 Mindful*[Title/Abstract]) OR Practic*[Title/Abstract]) OR Prevent*[Title/Abstract]) OR Program*[Title/Abstract]) OR
 Psychoanalysis[Title/Abstract]) OR Psychodrama[Title/Abstract]) OR Recover*[Title/Abstract]) OR Rehab*[Title/Abstract]) OR
 Therap*[Title/Abstract]) OR Treat*[Title/Abstract]) OR "Acceptance commitment therapies"[Title/Abstract]) OR
 "Acceptance commitment therapy"[Title/Abstract]) OR "act"[Title/Abstract]) OR "Behavioral
 therapies"[Title/Abstract]) OR "Behavioral therapy"[Title/Abstract]) OR "Behavioural
 therapies"[Title/Abstract]) OR "Behavioural therapy"[Title/Abstract]))

Base de Dados: CINAHL + MedicLatina + Psychology and Behavior Sciences Collection + Evidence Resources Information Center
 (via EBSCOhost)

Resultados: 275

Data: 21-02-2020

- S1 TI "compulsive buy*" OR AB "compulsive buy"
- S2 TI "compulsive shop*" OR AB "compulsive shop"
- S3 TI "compulsive purch*" OR AB "compulsive purch"
- S4 TI "compulsiveconsum*" OR AB "compulsiveconsum"
- S5 TI "compulsive spend*" OR AB "compulsive spend"
- S6 TI "compulsive buying disorder*" OR AB "compulsive buying disorder"
- S7 TI "compulsive shopping disorder*" OR AB "compulsive shopping disorder"
- S8 TI Shopaholic* OR AB Shopaholic*
- S9 TI "urge to spend" OR AB "urge to spend"
- S10 TI "emotional buy*" OR AB "emotional buy"
- S11 TI "emotional shop*" OR AB "emotional shop"
- S12 TI "emotional purchas*" OR AB "emotional purchas"
- S13 TI "emotional spend*" OR AB "emotional spend"
- S14 TI "uncontrollable buy*" OR AB "uncontrollable buy"
- S15 TI "uncontrollable shop*" OR AB "uncontrollable shop"
- S16 TI "uncontrollable purchas*" OR AB "uncontrollable purchas"
- S17 TI "uncontrollable consum*" OR AB "uncontrollable consum"

-
- S18 TI “uncontrollable spend*” OR AB “uncontrollable spend*”
- S19 TI “buying addict*” OR AB “buying addict*”
- S20 TI “shopping addict*” OR AB “shopping addict*”
- S21 TI “purchasing addict*” OR AB “purchasing addict*”
- S22 TI “spending addict*” OR AB “spending addict*”
- S23 TI Oniomania OR AB Oniomania
- S24 TI “obsessive buy*” OR AB “obsessive buy*”
- S25 TI “obsessive shop*” OR AB “obsessive shop*”
- S26 TI “obsessive purchas*” OR AB “obsessive purchas*”
- S27 TI “obsessive spend*” OR AB “obsessive spend*”
- S28 TI “buying disorder*” OR AB “buying disorder*”
- S29 TI “shopping disorder*” OR AB “shopping disorder*”
- S30 TI Spendaholic* OR AB Spendaholic*
- S31 TI “impulsive buy*” OR AB “impulsive buy*”
- S32 TI “impulsive shop*” OR AB “impulsive shop*”
- S33 TI “impulsive purchas*” OR AB “impulsive purchas*”
- S34 TI “impulsiveconsum*” OR AB “impulsiveconsum*”
- S35 TI “impulsive spend” OR AB “impulsive spend”
- S36 TI “impulse buy*” OR AB “impulse buy*”
- S37 TI “impulse shop*” OR AB “impulse shop*”
- S38 TI “inefficient spend*” OR AB “inefficient spend*”
- S39 TI “shopping bing*” OR AB “shopping bing*”
- S40 TI “retail therap*” OR AB “retail therap*”
- S41 TI Splurging OR AB Splurging
- S42 TI “shopping spree” OR AB “shopping spree”
- S43 TI “buying shopping disorder” OR AB “buying shopping disorder”
- S44 TI “pathological buy*” OR AB “pathological buy*”
- S45 TI “pathological shop*” OR AB “pathological shop*”
- S46 TI “pathological spend*” OR AB “pathological spend*”
- S47 TI Overspend* OR AB Overspend*
- S48 TI Overshop* OR AB Overshop*
- S49 TI “bargain shop*” OR AB “bargain shop*”
- S50 TI “collector shop*” OR AB “collector shop*”
- S51 TI “image shop*” OR AB “image shop*”
- S52 TI “codependent shop*” OR AB “codependent shop*”
- S53 TI “trophy shop*” OR AB “trophy shop*”
- S54 TI (“Acceptance and commitment therap*”) OR AB (“Acceptance and commitment therap*”)
- S55 TI "ACT" OR AB "ACT"
- S56 TI “Behavioral therap*” OR AB “Behavioral therap*”
- S57 TI “Behaviouraltherap*” OR AB “Behaviouraltherap*”
- S58 TI “Client centered psychotherap*” OR AB “Client centered psychotherap*”
- S59 TI “Cognitive analytic therap*” OR AB “Cognitive analytic therap*”
- S60 TI “Cognitive behavioral group therap*” OR AB “Cognitive behavioral group therap*”
- S61 TI “Cognitive behavioral psychotherap*” OR AB “Cognitive behavioral psychotherap*”
- S62 TI "CBT" OR AB "CBT"
- S63 TI “Cognitive behavioral therap*” OR AB “Cognitive behavioral therap*”
- S64 TI “Cognitive behavioural group therap*” OR AB “Cognitive behavioural group therap*”
- S65 TI “Cognitive behaviouralpsychotherap*” OR AB “Cognitive behaviouralpsychotherap*”
- S66 TI “Cognitive behaviouraltherap*” OR AB “Cognitive behaviouraltherap*”
- S67 TI “Cognitive restructur*” OR AB “Cognitive restructur*”
-

S68 TI "cognitive therap*" OR AB "cognitive therap*"

S69 TI "Collaborative psychotherap*" OR AB "Collaborative psychotherap*"

S70 TI "Compassion focused therap*" OR AB "Compassion focused therap*"

S71 TI "CFT" OR AB "CFT"

S72 TI "Couple therap*" OR AB "Couple therap*"

S73 TI "Dialectical behavior therap*" OR AB "Dialectical behavior therap*"

S74 TI "Dialectical behaviourtherap*" OR AB "Dialectical behaviourtherap*"

S75 TI "Dynamic psychotherapy*" OR AB "Dynamic psychotherapy*"

S76 TI "Dynamic therap*" OR AB "Dynamic therap*"

S77 TI "Emotionally focus therap*" OR AB "Emotionally focus therap*"

S78 TI "EFT" OR AB "EFT"

S79 TI "Existentialtherap*" OR AB "Existentialtherap*"

S80 TI ("exposure and response prevent*") OR AB ("exposure and response prevent*")

S81 TI "Exposure Therap*" OR AB "Exposure Therap*"

S82 TI ("eye movement desensitization and reprocessing") OR AB ("eye movement desensitization and reprocessing")

S83 TI "Emdr" OR AB "Emdr"

S84 TI "Family intervent*" OR AB "Family intervent*"

S85 TI "Family therap*" OR AB "Family therap*"

S86 TI "group therap*" OR AB "group therap*"

S87 TI "Guided self-help" OR AB "Guided self-help"

S88 TI "Habit Reversal Train*" OR AB "Habit Reversal Train*"

S89 TI "Imaginal desensitization*" OR AB "Imaginal desensitization*"

S90 TI "ImaginalExposur*" OR AB "ImaginalExposur*"

S91 TI "Integrativepsychotherap*" OR AB "Integrativepsychotherap*"

S92 TI "Marriage counsel*" OR AB "Marriage counsel*"

S93 TI "Mentalization based psychotherap*" OR AB "Mentalization based psychotherap*"

S94 TI "Modification therap*" OR AB "Modification therap*"

S95 TI "Motivational interview*" OR AB "Motivational interview*"

S96 TI "Multimodal therap*" OR AB "Multimodal therap*"

S97 TI "Multisystemictherap*" OR AB "Multisystemictherap*"

S98 TI "Narrative therap*" OR AB "Narrative therap*"

S99 TI "Person centered therap*" OR AB "Person centered therap*"

S100 TI "Positive psychology*" OR AB "Positive psychology*"

S101 TI "Psychoanalytic treat*" OR AB "Psychoanalytic treat*"

S102 TI "Psychodynamic therap*" OR AB "Psychodynamic therap*"

S103 TI "Psychological therap*" OR AB "Psychological therap*"

S104 TI Psychotherap* OR AB Psychotherap*

S105 TI "Social therap*" OR AB "Social therap*"

S106 TI "Solution focused therap*" OR AB "Solution focused therap*"

S107 TI "Systematic desensitization*" OR AB "Systematic desensitization*"

S108 TI "systemic therap*" OR AB "systemic therap*"

S109 TI "Therapeutic empath*" OR AB "Therapeutic empath*"

S110 TI "Third generation therap*" OR AB "Third generation therap*"

S111 TI "3rd generation therap*" OR AB "3rd generation therap*"

S112 TI "Treatment program*" OR AB "Treatment program*"

S113 TI "Web-based intervention*" OR AB "Web-based intervention*"

S114 TI Control* OR AB Control*

S115 TI Cure* OR AB Cure*

S116 TI Gestalt OR AB Gestalt

S117 TI Heal* OR AB Heal*

S118 TI Intervention* OR AB Intervention*
S119 TI Mindfull* OR AB Mindfull*
S120 TI Practic* OR AB Practic*
S121 TI Prevent* OR AB Prevent*
S122 TIProgram* OR AB Program*
S123 TI Psychoanalysis OR AB Psychoanalysis
S124 TIPsychodrama OR AB Psychodrama
S125 TI Recover* OR AB Recover*
S126 TI Rehab* OR AB Rehab*
S127 TI Therap* OR AB Therap*
S128 TI Treat* OR AB Treat*
S129 S1 OR S2 OR S3 OR S4 OR S5 OR S6 OR S7 OR S8 OR S9 OR S10 OR S11 OR S12 OR S13 OR S14 OR S15 OR S16
OR S17 OR S18 OR S19 OR S20 OR S21 OR S22 OR S23 OR S24 OR S25 OR S26 OR S27 OR S28 OR S29 OR S30 OR
S31 OR S32 OR S33 OR S34 OR S35 OR S36 OR S37 OR S38 OR S39 OR S40 OR S41 OR S42 OR S43 OR S44 OR S45
OR S46 OR S47 OR S48 OR S49 OR S50 OR S51 OR S52 OR S53
S130 S54 OR S55 OR S56 OR S57 OR S58 OR S59 OR S60 OR S61 OR S62 OR S63 OR S64 OR S65 OR S66 OR S67 OR S68
OR S69 OR S70 OR S71 OR S72 OR S73 OR S74 OR S75 OR S76 OR S77 OR S78 OR S79 OR S80 OR S81 OR S82 OR
S83 OR S84 OR S85 OR S86 OR S87 OR S88 OR S89 OR S90 OR S91 OR S92 OR S93 OR S94 OR S95 OR S96 OR S97
OR S98 OR S99 OR S100 OR S101 OR S102 OR S103 OR S104 OR S105 OR S106 OR S107 OR S108 OR S109 OR
S110 OR S111 OR S112 OR S113 OR S114 OR S115 OR S116 OR S117 OR S118 OR S119 OR S120 OR S121 OR S122
OR S123 OR S124 OR S125 OR S126 OR S127 OR S128
S131 S129 AND S130

Base de Dados: Cochrane Library

Resultados: 26

Data: 21-02-2020

Compulsive buy*

Compulsive shop*

Oniomania

Base de Dados: JBI Evidence Synthesis

Resultados: 0

Data: 21-02-2020

Oniomania

Compulsive buy*

Compulsive Shop*

Buying disorder

Shopping Disorder

Repositório: RCAAP

Resultados: 5

Data: 18-01-2020

Compra compulsiva

Compulsive buying

Oniomania

Buying disorder

Overspending

Comprar Compulsivo

Compra impulsiva

Comprar patológico

Repositório: Opengrey

Resultados: 3

Data: 18-01-2020

Compulsive buyers

Compulsive buying

Compulsive shopping

Impulsive buying

Apêndice C

Tabela 3

Lista de findings excluídos e respetiva justificação

<i>Findings</i>	<i>Justificação</i>
Aboujaoude, E. (2014). Compulsive buying disorder: a review and update. <i>Current pharmaceutical design</i> , 20(25), 4021-4025. https://doi.org/10.2174/13816128113199990618	Sem acesso – Autor contactado. Sem resposta até ao momento
Abramowitz, J. S., & Houts, A. C. (2006). <i>Concepts and controversies in obsessive-compulsive disorder</i> . New York: Springer Science & Business Media.	Não apresenta descrição da intervenção
Amorosi, M., Ruggieri, F., Franchi, G., & Masci, I. (2012). Depression, pathological dependence, and risky behaviour in adolescence. <i>Psichiatria Danubina</i> , 24(1), 77-81.	Não apresenta descrição da intervenção
Andreassen, C. S. (2014). Shopping addiction-An overview. <i>Tidsskrift for Norsk Psykologforening</i> , 51(3), 196-209	Língua – Norueguês
Armstrong, A. (2012). <i>Mindfulness and consumerism: A social psychological investigation</i> (Tese de Doutoramento, University of Surrey).	Sem acesso
Astrid, M., & Mitchell, J. E. (2011). <i>Compulsive buying: Clinical foundations and treatment</i> . New York: Routledge.	Sem acesso
Basquin, A., & Lejoyeux, M. (2012). Cognitive and behavioral therapy for compulsive buying disorder. <i>Annales Médico-psychologiques, revue psychiatrique</i> , 170(10), 744-747.	Língua – Francês
Basu, B., Basu, S., & Basu, J. (2011). Compulsive buying: an overlooked entity. <i>Journal of the Indian Medical Association</i> , 109(8), 582-585.	Sem acesso
Benson, A. L., & Gengler, M. (2004). Treating compulsive buying. In R. H. Coombs (ed.), <i>Handbook of addictive disorders: A practical guide to diagnosis and treatment</i> (pp. 451-491). New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.	Não apresenta descrição da intervenção
Black, D. W. (1996). Compulsive buying: a review. <i>The Journal of Clinical Psychiatry</i> , 57 (8), 50-54.	Sem acesso
Black, D. W. (1998). Recognition and treatment of obsessive-compulsive spectrum disorders. <i>Obsessive-compulsive disorder: Theory, research and treatment</i> , 426-457.	Não apresenta descrição da intervenção
Black, D. W. (2001). Compulsive buying disorder: Definition, assessment, epidemiology and clinical management. <i>CNS Drugs</i> , 15 (1), 17-27.	Não apresenta descrição da intervenção
Black, D. W. (2006). Compulsive shopping. <i>Clinical manual of impulse-control disorders</i> , 203-228.	Não apresenta descrição da intervenção
Black, D. W. (2007). A review of compulsive buying disorder. <i>World Psychiatry</i> , 6(1), 14.	Não apresenta descrição da intervenção
Black, D. W. (2007). Compulsive buying disorder: a review of the evidence. <i>CNS spectrums</i> , 12(2), 124-132.	Não apresenta descrição da intervenção
Blaszczynski, A., & Nower, L. (2003). Imaginal desensitisation: A relaxation-based technique for impulse control disorders. <i>Journal of Clinical Activities, Assignments & Handouts in Psychotherapy Practice</i> , 2(4), 1-14.	Não apresenta uma intervenção específica para compra compulsiva
Boermans, J. A., & Egger, J. I. (2010). Compulsive buying or oniomania: an overview. <i>Tijdschrift voor psychiatrie</i> , 52(1), 29-39.	Língua – Holandês

Brandtner, M., & Serralta, F. B. (2016). Cognitive-Behavioral Therapy for Compulsive Buying: A Systematic Case Study. <i>Psicologia: Teoria e Pesquisa</i> , 32(1), 181-188.	Não apresenta descrição da intervenção
Brobbey, H. (2012). Book Review. <i>Journal of Mental Health</i> , 21(1), 92–93. http://10.0.12.37/09638237.2011.608749	Não apresenta descrição da intervenção
Chan, M. L. E., Cheung, W. T. N., Yeung, N. Y. D., Kwok, F. P. A., & Wong, H. Y. R. (2018). An Evaluation Study of the “RESTART” Program—Short-Term Residential Treatment for Addiction. <i>International Journal of Mental Health and Addiction</i> . doi:10.1007/s11469-018-9933-5	Não apresenta uma intervenção específica para compra compulsiva
Cook-Cottone, C. P. (2015). <i>Mindfulness and yoga for self-regulation: A primer for mental health professionals</i> . New York: Springer Publishing Company.	Não apresenta uma intervenção específica para compra compulsiva
Croissant, B., & Croissant, D. (2007). Compulsive shopping-current considerations on classification and therapy. <i>Der Nervenarzt</i> , 78(5), 575-579.	Língua – Alemão
De La Gandara Martin, J. J., de Dios Franco, A., Cerezo Rodriguez, P., & Redondo Martinez, A. L. (1990). The disorder related to compulsive buying and abnormal use of clothing. <i>Actas Luso-Espanolas de Neurologia, Psiquiatria y Ciencias Afines</i> , 18(4), 258-265	Sem acesso
Dell’Osso, B., Allen, A., Altamura, A. C., Buoli, M., & Hollander, E. (2008). Impulsive–Compulsive Buying Disorder: Clinical Overview. <i>Australian & New Zealand Journal of Psychiatry</i> , 42(4), 259–266. doi:10.1080/00048670701881561	Não apresenta descrição da intervenção
Donahue, C. B., Odlaug, B. L., & Grant, J. E. (2011). Compulsive buying treated with motivational interviewing and imaginal desensitization. <i>Annals of clinical psychiatry: official journal of the American Academy of Clinical Psychiatrists</i> , 23(3), 226–227.	Sem acesso
Ertelt, T. W., Marino, J. M., Mitchell, J. E., & Lancaster, K. (2009). Current status of cognitive-behavioral intervention for compulsive buying disorder. <i>Journal of Contemporary Psychotherapy</i> , 39(4), 213-220.	Não apresenta descrição da intervenção
Filomensky, T. Z., & Tavares, H. (2009). Cognitive restructuring for compulsive buying. <i>Revista Brasileira de Psiquiatria</i> , 31(1), 77-81.	Não apresenta descrição da intervenção
Fong, T. W., Reid, R. C., & Parhami, I. (2012). Behavioral Addictions. <i>Psychiatric Clinics of North America</i> , 35(2), 279–296. doi:10.1016/j.psc.2012.03.001	Não apresenta descrição da intervenção
Frazier, K. (2015). Compulsive buying/shopping addiction. <i>Treatment Strategies for Substance Abuse and Process Addictions</i> , 277.	Não apresenta descrição da intervenção
Granero, R., Fernández-Aranda, F., Mestre-Bach, G., Steward, T., Baño, M., Agüera, Z., ... & Sánchez, I. (2017). Cognitive behavioral therapy for compulsive buying behavior: Predictors of treatment outcome. <i>European Psychiatry</i> , 39, 57-65.	Não apresenta descrição da intervenção
Grall-Bronnec, M., Guilou-Landreat, M., & Venisse, J. (2009). Compulsive shopping	Língua – Francês
Grant, J. E. (2008). <i>Impulse control disorders: A clinician’s guide to understanding and treating behavioral addictions</i> . New York: W. W. Norton & Company	Sem acesso
Grant, J. E., Donahue, C. B., & Odlaug, B. L. (2011). <i>Overcoming Impulse Control Problems: A cognitive-behavioral therapy program, workbook</i> . New York: Oxford University Press.	Não apresenta uma intervenção específica para compra compulsiva
Grant, J. E., Donahue, C. B., & Odlaug, B. L. (2011). <i>Treating impulse control disorders: A cognitive-behavioral therapy program, therapist guide</i> . New York: Oxford University Press.	Não apresenta uma intervenção específica para compra compulsiva
Grant, J. E., & Odlaug, B. L. (2010). <i>Impulse control disorders</i> .	Sem acesso

Grant, J. E., & Potenza, M. N. (2010). Impulse control disorders	Sem acesso
Hague, B., Hall, J., & Kellett, S. (2016). Treatments for compulsive buying: A systematic review of the quality, effectiveness and progression of the outcome evidence. <i>Journal of behavioral addictions</i> , 5(3), 379-394.	Não apresenta descrição da intervenção
Hodgins, D. C., & Peden, N. (2007). Tratamento cognitivo e comportamental para transtornos do controle de impulsos. <i>Revista Brasileira de Psiquiatria</i> , 30(1), S31–S40. doi:10.1590/s1516-44462006005000055	Não apresenta descrição da intervenção
Klontz, B. T., Britt, S. L., & Archuleta, K. L. (2015). <i>Financial Therapy. Theory, Research, and Practice</i> . New York: Springer	Não apresenta uma intervenção específica para compra compulsiva
Kramer, T. A. (2006). Clinical Manual of Impulse-Control Disorder. <i>The Journal of Clinical Psychiatry</i> , 67(5), 840-841.	Não apresenta descrição da intervenção
Kuzma, J. M., & Black, D. W. (2004). Compulsive disorders. <i>Current Psychiatry Reports</i> , 6(1), 58–65. doi:10.1007/s11920-004-0040-x	Não apresenta descrição da intervenção
Lange, E. (2005). Compensatory consumption and shopping addiction of juveniles in Germany. <i>Nervenheilkunde</i> , 24(10), 919-924.	Língua – Alemão
Leite, P. L., Pereira, V. M., Nardi, A. E., & Silva, A. C. (2014). Psychotherapy for compulsive buying disorder: A systematic review. <i>Psychiatry Research</i> , 219(3), 411-419.	Não apresenta descrição da intervenção
Lejoyeux, M. D. (2011). Compulsive Buying: Clinical Foundations and Treatment: Practical Clinical Guidebooks series. <i>Cognitive Behaviour Therapy</i> , 40(2) 158-158, DOI: 10.1080/16506073.2011.556854	Não apresenta descrição da intervenção
Lejoyeux, M., Hourtane, M., & Ades, J. (1995). Compulsive buying and depression. <i>The Journal of clinical psychiatry</i> , 56(1), 38.	Sem acesso
Lejoyeux, M., & Weinstein, A. (2010). Compulsive Buying. <i>The American Journal of Drug and Alcohol Abuse</i> , 36(5), 248–253. doi:10.3109/00952990.2010.493590	Não apresenta descrição da intervenção
Lejoyeux, M., & Weinstein, A. (2013). Shopping addiction. In P. M. Miller (Ed.), <i>Principles of addiction: Comprehensive addictive behaviors and disorders</i> (pp. 847-853), San Diego: Academic Press	Não apresenta descrição da intervenção
Lyke, J. (2006). A Psychiatric Perspective on the Variety of Impulsive Behaviors.	Sem acesso
Marazziti, D., Presta, S., Picchetti, M., & Dell’Osso, L. (2015). Behavioral addiction: clinical and therapeutic aspects. <i>Journal of Psychopathology</i> , 21, 72-84.	Língua – Italiano
Miller, M. C. (2007). Compulsive buying. <i>Harvard Mental Health Letter</i> , 23(7), 8.	Não apresenta descrição da intervenção
Miller, R. (2010). The feeling-state theory of impulse-control disorders and the impulse-control disorder protocol. <i>Traumatology</i> , 16(3), 2-10.	Não apresenta descrição da intervenção
Miltenberger, R. G. (2005). The role of automatic negative reinforcement in clinical problems. <i>International Journal of Behavioral Consultation and Therapy</i> , 1(1), 1.	Não apresenta descrição da intervenção
Mitchell, J. E. (2011). Compulsive buying disorder group treatment manual.	Sem acesso
Mitchell, J. E. (2011). Therapist’s guide to the treatment manual. In A. Müller & J. Mitchell (Eds.), <i>Compulsive buying: Clinical foundations and treatment</i> (pp.161-168), New York: Routledge.	Sem acesso
Mitchell, J. E., Burgard, M., Faber, R., Crosby, R. D., & de Zwaan, M. (2006). Cognitive behavioral therapy for compulsive buying disorder. <i>Behaviour research and therapy</i> , 44(12), 1859-1865.	Não apresenta descrição da intervenção
Müller, A. (2012). Compulsive buying. <i>Fortschritte der Neurologie-Psychiatrie</i> , 80(6), 348-355.	Língua – Alemão

Müller, A., Arikian, A., De Zwaan, M., & Mitchell, J. E. (2013). Cognitive-behavioural group therapy versus guided self-help for compulsive buying disorder: A preliminary study. <i>Clinical psychology & psychotherapy</i> , 20(1), 28-35.	Não apresenta descrição da intervenção
Müller, A., & De Zwaan, M. (2004). Current Status of Psychotherapy Research on Pathological Buying. <i>Verhaltenstherapie</i> , 14(2), 112-119.	Língua – Alemão
Müller, A., & De Zwaan, M. (2008). Treatment of compulsive buying. <i>Fortschritte der Neurologie-Psychiatrie</i> , 76(8), 478-483.	Língua – Alemão
Müller, A., & De Zwaan, M. (2009). Does too much buying lead to psychopathology? <i>Die Psychiatrie</i> , 6(03), 154-159.	Língua – Alemão
Müller, A., & Mitchell, J. E. (2011). <i>Compulsive buying: Clinical foundations and treatment</i> . New York: Routledge.	Sem acesso
Müller, A., Mitchell, J. E., & Peterson, L. A. (2012). Assessment and treatment of compulsive buying. In J. Grant & M. Potenza (Eds.), <i>The Oxford Handbook of Impulse Control Disorders</i> (pp. 398-409). New York: Oxford University Press.	Não apresenta descrição da intervenção
Müller, A., Mueller, U., Silbermann, A., Reinecker, H., Bleich, S., Mitchell, J. E., & De Zwaan, M. (2008). A randomized, controlled trial of group cognitive-behavioral therapy for compulsive buying disorder: posttreatment and 6-month follow-up results. <i>The Journal of clinical psychiatry</i> , 69(7), 1131-1138. https://doi.org/10.4088/jcp.v69n0713	Sem acesso – Autor contactado. Sem resposta até ao momento
Müller, A., Reinecker, H., Jacobi, C., & Reisch, L. (2005). Pathological buying: A literature review. <i>Psychiatrische Praxis</i> , 32(1), 3-12.	Língua – Alemão
Nespor, K., & Scheansová, A. (2010). Shopping as problem: shopping addiction. <i>Casopis lekaru ceskych</i> , 149(9), 429-431.	Língua – Checo
Oishi, M. (2015). Kleptomania and compulsive buying. <i>Nihon rinsho. Japanese journal of clinical medicine</i> , 73(9), 1580-1584.	Língua – Japonês
Parecki, D. M. (2000). <i>Addressing compulsive buying behavior: A treatment program for self-identified compulsive buyers</i> (Tese de Mestrado, California School of Professional Psychology).	Sem acesso - Autor contactado. Sem resposta até ao momento
Park, T.-Y., Cho, S.-H., & Seo, J. H. (2006). A Compulsive Buying Case: A Qualitative Analysis by the Grounded Theory Method. <i>Contemporary Family Therapy</i> , 28(2), 239–249. doi:10.1007/s10591-006-9002-2	Não apresenta descrição da intervenção
Pates, R. (2006). Review of “A Handbook of Motivational Counselling, Concepts, Approaches and Assessments” and “Handbook of Addictive Behaviours: A Practical Guide to Diagnosis and Treatment.” <i>Journal of Substance Use</i> , 11(6), 439–441.	Não apresenta descrição da intervenção
Paulsen, K., Rimm, D. C., Woodburn, L. T., & Rimm, S. A. (1977). A self-control approach to inefficient spending. <i>Journal of Consulting and Clinical Psychology</i> , 45(3), 433–435. doi:10.1037/0022-006x.45.3.433	Não apresenta uma intervenção específica para compra compulsiva
Pollock, L. (2010). <i>An intensive time-series evaluation of the effectiveness of a cognitive-behavioural treatment for compulsive hoarding: A two-year prospective study</i> (Tese de Doutoramento, University of Sheffield).	Não apresenta descrição da intervenção
Romo, L., Aubry, C., Djordjian, J., Legauffre, C., & Adès, J. (2007). Approche Cognitivo-Comportementale des achats compulsifs. <i>Journal de thérapie comportementale et cognitive</i> , 17(1), 8-13.	Língua – Francês
Rosenberg, K. P., & Feder, L. C. (2014). An Introduction to Behavioral Addictions. <i>Behavioral Addictions</i> , 1–17. doi:10.1016/b978-0-12-407724-9.00001-x	Não apresenta descrição da intervenção
Ruiz, P. (2005). Review of Handbook of Addictive Disorders: A Practical Guide to Diagnosis and Treatment.	Sem acesso

Steffen, K., & Mitchell, J. E. (2011). Overview of treatment for compulsive buying. <i>Compulsive buying: Clinical foundations and treatment</i> , 129-148.	Sem acesso
Steiger, J., & Müller, A. (2010). Pathologisches Kaufen. <i>Psychotherapeut</i> , 55(5), 429-440.	Língua – Alemão
Sultan, A. J., Joireman, J., & Sprott, D. E. (2012). Building consumer self-control: The effect of self-control exercises on impulse buying urges. <i>Marketing Letters</i> , 23(1), 61-72.	Não apresenta uma intervenção específica para compra compulsiva
Taracera, M., Montañés, F. (1998). Compulsive buying: a new disorder?. <i>Actas luso-espanolas de neurologia, psiquiatria y ciencias afines</i> , 26(4), 264-272.	Sem acesso
Tavares, H., Lobo, D. S. S., Fuentes, D., & Black, D. W. (2008). Compras compulsivas: uma revisão e um relato de caso Compulsive buying disorder: a review and a Case Vignette. <i>Rev Bras Psiquiatr</i> , 30(1), 16-23.	Não apresenta descrição da intervenção
Villarino, R. R. (2005). Shopping addiction: Notes about the state of the art, with special attention to assessment and treatment strategies.	Sem acesso
Walters, A. B. (2010). Review of Impulse control disorders: A clinician's guide to understanding and treating behavioral addictions.	Sem acesso
Wood, T. E., Englander-Golden, P., Golden, D. E., & Pillai, V. K. (2010). Improving addictions treatment outcomes by empowering self and others. <i>International Journal of Mental Health Nursing</i> , 19(5), 363-368. doi:10.1111/j.1447-0349.2010.00678.x	Não apresenta uma intervenção específica para compra compulsiva
Wupperman, P. (2019). <i>Treating impulsive, addictive, and self-destructive behaviors: Mindfulness and Modification Therapy</i> . New York: The Guilford Press.	Não apresenta uma intervenção específica para compra compulsiva