



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS**



**REPRESENTAÇÃO DO CONSUMO CONSPÍCUO E MINDSET:  
UMA ANÁLISE DO FILME OS DELÍRIOS DE CONSUMO DE BECKY BLOOM**

**ANA LUCIA GUERRA DO CARMO**

**MARIANA**

**2023**

**ANA LUCIA GUERRA DO CARMO**

**REPRESENTAÇÃO DO CONSUMO CONSPÍCUO E MINDSET: UMA ANÁLISE DO  
FILME OS DELÍRIOS DE CONSUMO DE BECKY BLOOM**

Monografia apresentada ao curso de  
Administração da Universidade Federal de Ouro  
Preto como requisito parcial para obtenção do  
título de Bacharel em Administração.

**Orientador: Prof. Dr. Raoni de Oliveira Inácio**

**MARIANA**

**2023**

## SISBIN - SISTEMA DE BIBLIOTECAS E INFORMAÇÃO

C287r Carmo, Ana Lucia Guerra Do.  
Representação do consumo Conspícuo e Mindset [manuscrito]: uma análise do filme os delírios de consumo de Becky Bloom. / Ana Lucia Guerra Do Carmo. - 2023.  
21 f.

Orientador: Prof. Dr. Raoni de Oliveira Inácio.  
Monografia (Bacharelado). Universidade Federal de Ouro Preto.  
Instituto de Ciências Sociais Aplicadas. Graduação em Administração .

1. Consumo (Economia). 2. Dívidas pessoais. 3. Mente e realidade. I.  
Inácio, Raoni de Oliveira. II. Universidade Federal de Ouro Preto. III.  
Título.

CDU 64,03

Bibliotecário(a) Responsável: Essevalter De Sousa-Bibliotecário Coordenador  
CBICSA/SISBIN/UFOP-CRB6a1407



## FOLHA DE APROVAÇÃO

Ana Lúcia Guerra do Carmo

### REPRESENTAÇÃO DO CONSUMO CONSPÍCUO E MINDSET: UMA ANÁLISE DO FILME OS DELÍRIOS E O CONSUMO DE BECKY BLOOM

Monografia apresentada ao Curso de Administração da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de Bacharela em Administração

Aprovada em 30 de março de 2023

#### Membros da banca

Dr. - Raoni de Oliveira Inácio - Orientador - Universidade Federal de Ouro Preto

Dra. - Maurinice Daniela Rodrigues - Universidade Federal de Ouro Preto

Ma. - Samantha Rodrigues de Araújo - Universidade Federal de Minas Gerais

Raoni de Oliveira Inácio, orientador do trabalho, aprovou a versão final e autorizou seu depósito na Biblioteca Digital de Trabalhos de Conclusão de Curso da UFOP em 02/04/2023



Documento assinado eletronicamente por **Raoni de Oliveira Inácio, VICE-COORDENADOR(A) DE CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**, em 02/04/2023, às 10:39, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [http://sei.ufop.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **0502876** e o código CRC **BFE4CD9A**.

## **AGRADECIMENTOS**

Durante esses anos na UFOP, eu tive a oportunidade de florescer em todos os âmbitos da minha vida. Primeiramente, agradeço a Deus por me proteger e por me garantir forças para não desistir. Agradeço a minha família por ter me apoiado ativamente e me fornecido o suporte de que tanto precisei. Aos meus amigos, agradeço pelo companheirismo, pelas vivências e por me aceitarem como a Ana que sou, além de acompanharem as desconstruções dos meus preconceitos e inseguranças. Ao meu orientador Raoni, pela paciência, assistência e persistência durante a construção deste trabalho, sou grata pelos diálogos sinceros e necessários.

Agradeço as repúblicas Atenas e Deuses por terem me proporcionado momentos únicos, vivenciados com vocês. Não posso esquecer da Daniela Nazato, que me auxiliou em um dos períodos mais difíceis da minha vida e acompanhou minha reconstrução pessoal. Por último, agradeço a mim por ter a coragem e a persistência durante essa trajetória, pelas conquistas, pelas superações e principalmente por não desistir de mim mesmo quando tudo parecia não fazer mais sentido.

## RESUMO

O artigo realizado tem como objetivo analisar as cenas do filme *Os Delírios de Consumo de Becky Bloom* e observar como os conceitos de *mindset* e consumo conspícuo estão presentes na trama. Para isso, uma abordagem analítica-descritiva de caráter qualitativo foi escolhida para a pesquisa. O método adotado foi a observação realizando pausadamente a verificação das cenas separadas em intervalos de dez minutos para que fosse possível uma maior compreensão do cenário e comparação dos conceitos propostos para análise no contexto ficcional. Após examinar o filme, foi possível verificar como os conceitos escolhidos foram representados na vida da personagem Becky Bloom, tal como a maneira em que sua vida era afetada por suas escolhas e seus hábitos de consumo. Por fim, foi possível validar o consumo conspícuo e *mindset* na forma como foram representados, de maneira intrínseca no filme escolhido.

**Palavras-chave:** Consumo, Mindset, Endividamento.

## ABSTRACT

The developed article aims to analyze the scenes of the movie *Confessions of a Shopaholic* and observe how the concepts of mindset and the conspicuous consumption are present in the plot. Therefore, an analytical-descriptive approach of a qualitative nature was chosen to this research. The method adopted was the observation, performing in a paused way the verification of the scenes separated by intervals of 10 minutes, in order to accomplish a better comprehension of the setting as well as the comparison of the concepts proposed to an analysis of the fictional context. After examining the movie, it was possible to verify how the concepts chosen were represented in the character Becky Bloom's life, such as how her life was affected by her choices and her consumerist habits. In conclusion, it was possible to validate the conspicuous consumption and mindset in the way they were represented intrinsically in the movie.

**Keywords:** Consumption, Mindset, Indebtedness.

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>7</b>
<b>2. REVISÃO DE LITERATURA</b>	<b>8</b>
2.1 O Consumo Conspícuo e as classes sociais	<b>8</b>
2.2 Representação do <i>mindset</i> na juventude	100
<b>3. MÉTODO DE ESTUDO</b>	<b>111</b>
3.1 Descrição do filme	122
<b>4. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS</b>	<b>133</b>
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>177</b>
<b>6. REFERÊNCIAS</b>	<b>19</b>



## 1. INTRODUÇÃO

Consumir faz parte da existência humana, e atua como um mecanismo de interação entre o indivíduo e a sociedade, além de promover a satisfação de objetivos pessoais (BAUMAN, 2002). Na juventude, período caracterizado por descobertas e desafios de interação social, o consumo de bens não essenciais torna-se frequente e permanece durante boa parte da vida adulta (VICTOR; PEÑALOZA; THIERS, 2021).

Entre a adolescência e a fase adulta, os hábitos de consumo são moldados de acordo com as características da personalidade de cada pessoa (SANTOS; FERNANDES, 2011). Experiências interpessoais e alterações comportamentais influenciam para que os indivíduos se tornem mais suscetíveis a hábitos sabotadores (DWECK, 2012). Uma vez que a ação de consumir atua como alternativa para lidar com traumas e frustrações, esse comportamento social é convertido em uma prática comum e viciosa (VEBLEN, 1998; TELES, 2017).

Segundo Weber (1923), a forma como os indivíduos se relacionam influencia seus modos de vida, e isso pode ficar mais evidente quando se observa as classes sociais e seus hábitos. Os itens adquiridos por diferentes camadas sociais contribuem para classificar seu poder de compra e medir sua influência social, o que resulta em uma disputa de interesses entre os membros dessas classes (VEBLEN, 1998).

Assimetrias de opiniões econômicas, políticas e sociais são percebidas entre pessoas de diferentes classes (WEBER, 1923). Essas discordâncias existem de acordo com os hábitos e trajetória, demonstrando como a vivência e cultura influenciam nas decisões de uma pessoa em aspectos de sua vida, como: carreira, compras, estudo e relacionamento (DWECK, 2016).

No processo de consumo o indivíduo pode, muitas vezes, utilizar o hábito de compra como ostentação. Este comportamento é característica do consumo conspícuo e é fundamentado na necessidade de realizar desejos e alcançar ambições pessoais (BRAGA, 2015). Conforme Victor, Peñaloza e Thiers (2021), essa prática pode explicar a mudança de postura do consumidor diante de seu ciclo social e como são geridos os seus gastos. Segundo Kassiola (1990), o hábito ostensivo representa a sociedade de consumo que caracteriza a relação entre posses materiais e felicidade. Sob esse contexto, os consumidores são incentivados a acumular bens e a organizar sua vida em torno do dispêndio.

Baudrillard (1995) afirma que, na sociedade de consumo, o indivíduo se torna uma mercadoria da própria sociedade. Os malefícios ocasionados por seus atos são minimizados, em vista do poder e do *status* adquiridos com o consumo. Considerando as especificidades

que envolvem as representações da sociedade de consumo, o objetivo deste trabalho é analisar as representações do consumo conspícuo e do *mindset* na realidade retratada no filme *Os delírios de consumo de Becky Bloom* (2009).

A escolha do filme deu-se em razão da mentalidade de consumo da personagem Rebecca Bloomwood. O enredo direciona seus espectadores a refletir sobre o consumo conspícuo e a importância da aplicação correta do *mindset*. Para atender ao objetivo proposto, a análise fílmica será realizada com base nos conceitos propostos por Veblen (1998) e Dweck (2017), além dos autores Bauman (2008) e Baudrillard (1981), possibilitando uma análise ampla da temática em debate. A contribuição teórica deste estudo está na possibilidade de oferecer uma pesquisa sobre as relações existentes entre as emoções individuais e o ato de gastar, bem como debater de que forma estas emoções estão relacionadas ao conceito de consumo conspícuo.

A contribuição prática consiste na observação de um fenômeno real exposto em um contexto fictício, buscando analisar como os conceitos de *mindset* e consumo conspícuo são experimentados pela protagonista da obra e de que formas seus comportamentos impactam sua trajetória pessoal e profissional. Isso permitirá um maior entendimento dos fatores que induzem a ocorrência dos fenômenos apresentados anteriormente e como eles influenciam as relações cotidianas de consumo.

## **2. REVISÃO DE LITERATURA**

### **2.1 O Consumo Conspícuo e as classes sociais**

Ao longo dos anos, os debates sobre o consumo deixaram de ser exclusivos de áreas econômicas e passaram a ser levantados em diversas áreas do saber, como os campos da Administração, do Marketing, da Psicologia e da Sociologia (BARBOSA; CAMPBELL, 2006). O consumo passou a ser compreendido como uma prática social repleta de significados, estudados e reconhecidos na formulação de conceitos e teorias econômicas (CAMATTA, 2014).

O consumo conspícuo está configurado como o consumo de bens e serviços ostensivos que oferecem sentimentos de *status* e pertencimento a grupos socialmente prestigiados (VEBLEN, 1998). A representação desse conceito ocorre quando um indivíduo com elevado nível de renda utiliza do consumo para se diferenciar socialmente dos demais (VEBLEN, 1983). Inicialmente, este comportamento era observado apenas em classes com

maior poder pecuniário, porém, Simmel (1957) defende a ideia de que os indivíduos que visam ascensão social tendem a imitar os padrões de consumo das classes superiores.

Conforme Diniz e Barbosa (2021), o que difere o consumo desenvolvido de forma conspícua das demais práticas é o fato deste não se restringir a necessidades de subsistência. Essa premissa se baseia na percepção de que o consumo de artigos de luxo oferta *status* e contribui para a visibilidade social de indivíduos de classe baixa.

Juntamente a isso, a necessidade de ser aceito por um determinado grupo impulsiona o consumo exacerbado de produtos de baixa utilidade e elevado custo, ampliando os índices de endividamento e comprometimento da capacidade de compra dessa população (ZULIAN; MARIN; JUNIOR, 2018).

Segundo Grohmann, Battistella e Radons (2012), a sensação de prestígio e poder em função do consumo conspícuo contribui para a criação de novos desejos, uma vez que as pessoas estão empenhadas em manterem-se ativas. Esses anseios se estabelecem em vista de seus objetivos e aspirações individuais (BAUMAN, 2001). Para os sujeitos, o dinheiro não é suficiente para conferir admiração e, assim, faz-se necessário que este poder aquisitivo seja visível aos demais (VICTOR; PEÑALOZA; THIERS, 2021).

O consumo conspícuo desconsidera muitas vezes a utilidade dos produtos consumidos e a sua prática contribui para a formação da imagem pessoal do indivíduo sem considerar muitas vezes a utilidade do produto, visando muitas vezes servir apenas como distinção entre as classes sociais (VEBLEN, 1998). Seus hábitos de consumo irão se alterar todas as vezes que forem traçados novos objetivos, e quando houver a ambição de conquistar novas aquisições, iniciar investimentos ou obter um novo emprego, por exemplo (BAUMAN, 2000).

O comportamento consumista se desenvolve em um ciclo vicioso, visto que as necessidades dos consumidores possuem prazo de validade. A reprodução desse ciclo provém da insatisfação dos consumidores, condicionando-os a uma busca constante por novas satisfações (BAUMAN, 2008). A inatingível satisfação dos anseios e a busca pelo novo torna o consumo imediato (DUNKER, 2022).

Conforme Kassiola (1990), a sociedade está imersa em uma “ideologia de consumo”, em que posses materiais são associadas à felicidade e os consumidores são incentivados a acumulação de bens, organizando suas vidas em torno do consumo. Isso estrutura a chamada “sociedade de consumo” (BAUDRILLARD, 1995; BAUMAN, 2008): estrutura social amparada no ato de consumir, na qual o indivíduo é convertido em uma mercadoria da própria sociedade (BAUDRILLARD, 1995).

Baudrillard (1981) afirma que o acúmulo de bens rompe a conexão existente entre os consumidores e os demais indivíduos. O convívio social é substituído pela companhia de objetos, em razão da variedade de produtos no mercado. De acordo com Barbosa (2004), o consumo produz “humanos específicos”, induzindo-os à imitação, à competição por *status*, ao individualismo e ao consumo desenfreado, além da sua exibição em detrimento de outras formas de sociabilidade.

Nesse contexto, os indivíduos que desejam a ascensão social imitam os padrões de consumo das classes superiores. Este comportamento, amparado a sua incapacidade financeira, passará a contribuir para a redução do seu padrão de vida e para a elevação do seu índice de endividamento (SIMMEL, 1957).

## 2.2 Representação do *mindset* na juventude

Neves e Tomei (2016) conceituam o *mindset* como uma “mentalidade” que configura a forma individual de pensar e de realizar julgamentos. As pessoas tendem a se comportar de forma tendenciosa agindo de acordo com seus desejos, priorizando a realização de ações que favoreçam a aprovação e o reconhecimento social (VEBLEN, 1998). Esta busca por reconhecimento é estruturada por meio de hábitos mentais, desenvolvidos em seu *mindset*. A estruturação desses hábitos tende a ditar o comportamento do indivíduo diante de situações objetivas e desejadas (DWECK, 2017).

Segundo Dweck (2017), os indivíduos podem experimentar dois tipos de *mindset*: a) O *mindset* fixo e b) O *mindset* de crescimento. O *mindset* fixo está presente em indivíduos que acreditam que suas habilidades são imutáveis e que não é possível adquirir novas aptidões ao longo da vida, além determinantes para o seu sucesso ou fracasso. Por outro lado, o *mindset* de crescimento desenvolve-se em indivíduos que acreditam haver uma maleabilidade maior de tais características, acreditando que as capacidades inatas são apenas potencialidades desenvolvidas, ou não, por meio do esforço (CRUZ, 2017).

Conforme Dweck (2017), o *mindset* atua como a configuração da mente que determina a importância das opiniões que o indivíduo possui a respeito de si mesmo e como elas influenciam o seu relacionamento em sociedade. No *mindset* fixo há o desejo constante de provar a si mesmo seu valor, enquanto o *mindset* de crescimento é baseado na crença de que você é capaz de cultivar suas qualidades básicas por meio de seus próprios esforços.

O *mindset* auxilia na estruturação de hábitos de consumo, além de influenciar o processo de escolha do consumidor, em vista do consumo de determinado produto ou serviço.

Os modos de produção e a disponibilização de serviços são controlados pela demanda existente (ZULIAN; MARIN; JUNIOR, 2018).

Os hábitos de consumo são providos de elementos culturais e sociais considerando o desejo do consumidor em ser reconhecido por seus bens materiais (BAUMAN, 2008). A adoção dessas práticas ocorre devido a busca fantasiosa por felicidade, em uma cultura material e hedonista (VICTOR; PEÑALOZA; THIERS, 2021). No entanto, Salles e Camatta (2020) salientam que a busca por felicidade nos hábitos de consumo excessivo acarreta inúmeros malefícios, além de gerar maior infelicidade para o consumidor.

Segundo Dweck (2017), os fatores psicológicos e o *mindset* adotado pelos indivíduos contribuem para o alcance das metas e conquistas. Gollwitzer (1990) reforça que o *mindset* se adapta aos planos, metas e acontecimentos que podem ser modificados pelas pessoas de acordo com suas vivências. O *mindset* está representado em todos os estágios da vida, principalmente durante a juventude, período caracterizado pela formação de hábitos, metas e objetivos individuais (MIRANDA *et al.* 2017).

Segundo Santos e Fernandes (2011), as experiências vivenciadas nos primeiros estágios da vida irão contribuir para a construção de padrões de comportamento na fase adulta. As frustrações e os traumas adquiridos ao longo da vida tendem a ser encobertos por comportamentos consumistas. Conforme Dunker (2022), o consumo se torna uma fuga compulsória, ocasionada pela necessidade de inventar novos começos.

Victor, Peñaloza e Thiers (2021) acreditam que os espaços frequentados também influenciam na mentalidade de consumo. Este é o caso das lojas e *shoppings*, que atuam como “templos de consumo”, intencionados a fazer com que os indivíduos despendam de tempo e de dinheiro. O conforto oferecido por esses espaços amplia o desejo de compra e causa nas pessoas o sentimento de satisfação temporária (VICTOR; PEÑALOZA; THIERS, 2021).

### 3. MÉTODO DE ESTUDO

Para atender ao objetivo do presente estudo, optou-se por uma pesquisa qualitativa, pois assim estabelece-se um contato direto entre o observador e a realidade analisada (FLICK, 2009). Dessa forma, é possível que o pesquisador entenda os fenômenos ocorridos, segundo a perspectiva dos participantes da situação estudada, ampliando sua capacidade de análise do referido fenômeno (NEVES, 1996).

A observação e o estudo do filme se detiveram na reprodução dos trechos condizentes com o objetivo da pesquisa, que foram separados por cenas de dez minutos, possuindo pausas

entre seus intervalos para que fosse possível a verificação dos conceitos escolhidos para a pesquisa. O tempo médio do período de observação das cenas foi de aproximadamente 4 meses levando em conta as pausas, anotações e revisão das cenas durante toda a pesquisa.

Inicialmente, foi observado e anotado separadamente as cenas do filme que remetiam o conceito de consumo conspícuo. Dessa maneira foi possível verificar os comportamentos adotados pela personagem durante seus hábitos de compra, além de observar também, os tipos de itens adquiridos e a marca dos produtos considerados ostensivos.

A segunda parte da análise referiu-se ao conceito de *mindset*. Considerou-se para a pesquisa avaliar o comportamento de Rebecca diante de seu ambiente de trabalho, suas relações sociais, dos objetivos e metas da personagem além dos traumas e frustrações vivenciados por ela no decorrer do filme. Possibilitando perceber suas escolhas e verificar em quais momentos de sua vida a personagem utiliza os *mindset* fixo e de crescimento já descritos na seção de Revisão de literatura desde artigo.

A pesquisa surgiu da necessidade de averiguar o modo como o consumo conspícuo e o *mindset* afetam o comportamento de um indivíduo. Para que a análise seja realizada, é necessário reforçar e observar as semelhanças existentes entre a representação fílmica e compará-la com a realidade (BAUER; GASKELL, 2002).

O processo de avaliação do longa-metragem escolhido se estabeleceu da seguinte forma: (1) observação dos personagens, destacando principalmente a protagonista, no qual é possível identificar os comportamentos levantados neste artigo; (2) foi considerado o ano de lançamento do filme para reforçar a análise da atualidade; (3) observou-se a idade, cargo e ambiente social em que a protagonista vive, para realizar a análise dos conceitos de acordo com a narrativa.

### **3.1 Descrição do filme**

Tendo como título original *Confessions of a Shopaholic*, *Os delírios de consumo de Becky Bloom* é uma produção americana, cujo gênero cinematográfico se enquadra em uma comédia romântica. Ela foi lançada no ano de 2009, produzida por Jerry Bruckheimer e dirigida por P. J. Hogan.

Essa produção é uma adaptação do livro *Confessions of a Shopaholic*, da autora Sophie Kinsella. O enredo se desenvolve em função da personagem principal, Rebecca Bloomwood, conhecida popularmente como Becky Bloom, uma jovem jornalista de 25 anos, nascida na cidade de Nova Iorque e que apresenta um comportamento de consumo compulsivo de artigos de moda e de luxo.

Ela é fascinada por vitrines desde a infância, período em que já apresentava sinais de compulsão por compras. Embora a personagem já tivesse uma mentalidade consumista, seus pais eram poupadores e priorizavam a compra de bens duráveis, regulando os desejos da filha por esses artigos. Quando adulta e autossuficiente, seu salário era destinado ao consumo de seus objetos de desejo, porém, com o tempo, essa prática passou a afetar sua vida social e econômica.

Ao longo do filme é possível observar como o consumo impacta o cotidiano da personagem, à medida que adquire dívidas elevadas, dificuldade de organização e tem sua saúde mental debilitada. Assim, podemos observar quando ela delira e conversa com os manequins das vitrines, que por um lado atuavam como conselheiros, ofertando confiança e autoestima a Bloom e em outros momentos como vilões, a impulsionando a comprar.

Rebecca encontra-se imersa em dívidas, e esta situação é agravada quando ela perde seu emprego. Para manter seus hábitos e tentar quitar suas dívidas, ela consegue uma oportunidade de trabalho em uma revista de finanças, como escritora de uma coluna informativa sobre consumo consciente.

Apesar de suas frustrações com o cargo desejado, seu novo emprego lhe proporcionou crescimento pessoal e reconhecimento por parte dos gestores. Isso despertou nela um desejo por mudança, e seus problemas de consumo cessam com o auxílio de um grupo de apoio para consumidores compulsivos. O contato com pessoas que possuem esses mesmos problemas ajuda na recuperação do controle de sua vida financeira e a restaurar seus relacionamentos sociais.

#### **4. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS**

No filme *Os delírios de consumo de Becky Bloom*, acompanhamos a vida da jovem Rebecca Bloomwood. Ao longo dos seus 25 anos, a personagem perpetuou o hábito de consumir para lidar com suas emoções e suprir seus desejos. Ao buscar constantemente a aprovação dos outros e a necessidade de enquadrar-se nos padrões de estilo estabelecidos pelo mundo da moda, ela se vê refém do consumo conspícuo.

Rebecca encara seu próprio consumo como uma experiência prazerosa, comparando os sentimentos gerados durante o processo de compra à sensação de se apaixonar por alguém (OS DELÍRIOS, 2009). A conexão existente entre Bloom e as lojas pode ser interpretada por meio do que Veblen (1998) diz acerca de uma das principais características do consumo conspícuo: o sentimento de autorrealização. O autor destaca ainda que esse sentimento é momentâneo e cessa logo após a compra, ocasionando uma nova necessidade de gastar.

A independência financeira ocorre durante a vida adulta de Rebecca, porém, acontecimentos ocasionam a sua demissão, deixando-a imersa em dívidas. A busca por um novo emprego se torna um desafio em vista à origem de suas aspirações. Ainda que estivesse bastante endividada, esta não era sua principal motivação para procurar um novo ofício, pelo contrário: a jovem desejava ser reconhecida como integrante do universo da moda, no qual ela poderia exibir suas roupas, bolsas e sapatos. Para suprir sua necessidade de conhecimento e aceitação, ela sabota a si mesma. Se não conseguisse uma ocupação, não poderia mais comprar, pois se sentiria deprimida e impossibilitada.

De acordo com Victor, Peñaloza e Thiers (2021), as relações de consumo são estruturadas durante os períodos da adolescência e juventude, caracterizadas pela formação do sujeito e por suas particularidades indenitárias. No filme, essas relações são representadas no âmbito familiar da personagem. Rebecca comporta-se dessa maneira em decorrência do contraste entre ela e seus pais: quando estes a negavam algo, por ser caro e não durável, ainda na sua infância, a jornalista percebia que as pessoas a sua volta não a encaravam com seriedade, ou davam-lhe alguma credibilidade.

O modo como se vestia causava uma determinada impressão nas pessoas, caso fosse positiva, ela era percebida, bem tratada, e lhe era dado acesso para conviver dentre aqueles a quem admirava. Na sua mente, o que a fazia especial perante os outros não era o seu intelecto, ou carisma, mas o fato de possuir uma bolsa que comprou durante seu pré-lançamento, por exemplo. Todavia, como essa constatação não era um consenso entre os três, ao longo de sua vida, ela tem sua personalidade moldada em torno do consumo exagerado e impensado. Na ocasião em que anda pelas ruas, observando as lojas e suas vitrines, ela reflete sobre o efeito que as campanhas causam no seu poder de discernimento:

As propagandas parecem conversar com a gente, transformam as nossas necessidades em um desejo e nos fazem acreditar que precisamos daquele produto, mas logo após adquiri-lo ele perde o seu valor. [...]. Quando faço compras, o mundo fica melhor. O mundo é melhor. E depois já não é mais. E eu preciso comprar de novo (OS DELÍRIOS, 2009).

Segundo Baudrillard (1995), o comportamento da personagem é uma representação do funcionamento da sociedade de consumo. Esta é caracterizada por hábitos mentais que desenvolvem um desejo de aquisição, uma necessidade em torno do que é novo e idealizado pelo sujeito. Desse modo, o indivíduo condiciona suas experiências de consumo à obtenção de visibilidade social, além de criar perspectivas de futuro e ambição profissional (DINIZ; BARBOZA, 2021).



Outro aspecto do filme assume grande importância: a imagem de Alette Naylor, diretora da revista *Alette*, é uma representação das ambições de Rebecca. Naylor é um símbolo de *status*, uma mulher bem-sucedida, com grande prestígio profissional e com elevado poder aquisitivo. Bloom não mede esforços para ser reconhecida como uma profissional digna de ocupar um cargo na empresa. Para alcançar seus objetivos, os indivíduos muitas vezes ignoram o valor de seus gastos e os possíveis prejuízos que esse comportamento conspícuo possa lhe causar (VEBLEN, 1983).

Bauman (2001) reconhece a busca por aceitação social como uma atividade do consumo. Isso é demonstrado no filme por meio do modo como Rebecca apenas se sente confiante quando consome, já que o uso de roupas adequadas contribui para a sua imagem no trabalho. Conforme Weber (1922), os indivíduos possuem a necessidade de acumular riquezas e produtos que satisfaçam seus egos, que demonstram poder e autenticidade, além de encaixá-los em padrões seletivos. E, nesse sentido, esses indivíduos são expostos como um produto de que o sucesso de venda é definido em vista do prestígio e da aprovação do outro.

Para a jornalista, o ato de consumir não é apenas prazeroso, ele também transmite confiança e influencia sua autorrealização. Contudo, o consumo excessivo passa a manipular seus relacionamentos interpessoais, uma vez que o ato de se relacionar é substituído pelo ato de comprar. Assim, é percebido nas seguintes falas da personagem: “Homem nunca vai te amar ou te tratar tão bem quanto uma loja. [...] Se um homem não combina com você, não dá pra trocar ele sete dias depois por um suéter de cashmere maravilhoso” (OS DELÍRIOS, 2009).

Inicialmente, a personagem não se dá conta da dimensão de suas dívidas e, diante de tal gravidade, ao olhar para uma vitrine ela afirma: “Sabe quando você encontra alguém bonito e ele sorri e seu coração fica igual manteiga derretida em cima de torrada? É assim que me sinto quando vejo uma loja. Só que melhor.” (OS DELÍRIOS, 2009). Araújo (2008) afirma que a inércia perante o consumo conspícuo é justificada pela satisfação ilusória e momentânea ocasionada, em vista do consumo exacerbado de produtos supérfluos.

Os encontros do grupo de apoio contribuíram para que Becky avaliasse a grave situação de suas dívidas, repensando a forma como se sentia ao comprar: “Segurança pode ter diferentes significados para cada pessoa” (OS DELÍRIOS, 2009). Ela salienta que: “Isso (comprar visando prazer) pode dar a sensação de segurança por uma noite, mas tem um efeito terrível em sua vida futura” (OS DELÍRIOS, 2009). Alertando, portanto, para os impactos ocasionados pelo consumo conspícuo.

As cenas finais marcadas pela mudança de comportamento de Bloom quando esta é procurada por Alette Naylor, que lhe faz uma proposta de trabalho na revista *Alette*, tão admirada

pela personagem, representam o início de seu crescimento pessoal. Ao perceber a imoralidade por trás da oferta, ciente de que se aceitasse poderia prejudicar muitas pessoas, ela recusa. Esta ocorre depois que se torna consciente do quanto seu comportamento compulsório sabotou todos os âmbitos de sua vida: ela perde muito mais que seu emprego como colunista na revista sobre economia, seus relacionamentos são prejudicados.

A frustração vivenciada pela personagem, além de afetar sua autoestima, agravou seus hábitos de consumo. Como consequência de sua angústia, suas capacidades financeiras ainda mais fragilizadas agravam sua dependência, acarretando o aumento de predisposição a assumir novos gastos (DINIZ; BARBOZA, 2021). A experiência de Rebecca Bloomwood com o consumo conspícuo representa apenas um determinado grupo que vive sob essas mesmas condições, formado por pessoas que atuam em suas respectivas áreas de atuação profissional e possuem maior poder aquisitivo do que alguém que possui grau de escolaridade menor, por exemplo.

Durante boa parte do filme, a personagem trabalha como colunista de uma revista sobre finanças, ainda que não tenha conhecimento dos assuntos sobre os quais deveria escrever. Inicialmente Becky pouco se preocupa com seu trabalho; sua entrada para a Alette, caso tivesse ocorrido, teria sido apenas a realização de seu desejo: fazer parte do mundo da moda. E a partir de então aspirar sua entrada em outros meios sociais, perpetuando hábitos sabotadores.

A participação de Bloom no Grupo de Compradores Compulsivos é outro fator que impede a generalização de sua experiência para os demais sujeitos que sofrem com essa forma de consumo. A oportunidade de receber auxílio, principalmente de pessoas que também sofrem (ou já sofreram) com esses hábitos propicia um espaço acolhedor e propício para que o reconhecimento e o entendimento do sujeito sejam estimulados e desenvolvidos.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho foram discutidos os conceitos de consumo conspícuo e *mindset* à luz dos autores Veblen (1998), Neves e Tomei (2016) e Dweck (2017). Isso se deu a partir das discussões acerca dos fatores causadores desse dispêndio e da função do *mindset* no processo de construção dos hábitos de consumo. Com base na literatura desses e de outros autores, depreendeu-se a análise do filme *Os delírios de consumo de Becky Bloom*, com o objetivo de observar como o *mindset* e consumo conspícuo são retratados de forma implícita no filme e analisar a ocorrência destes conceitos na atualidade conforme foi apresentado na seção de Discussões.

Notou-se que o ambiente em que Rebecca vive, bem como a atitude de seus pais diante do ato de gastar, influenciaram a conduta consumista que Becky manteve por muito tempo durante sua vida. O estudo possibilitou avaliar, por meio das cenas descritas e dos comparativos realizados, a maneira com que o hábito de consumo de itens ostensivos é visto como *status* social para muitos. Observou-se também, a descrição dos gastos da protagonista, em que foram citadas falas da própria descrevendo como se sentia quando entrava em uma loja. Os autores consultados para a elaboração deste trabalho acreditam que o comportamento adotado por uma parcela de pessoas pode influenciar as decisões coletivas.

As cenas iniciais do filme se assemelham aos conceitos de consumo conspícuo propostos por autores como Veblen (1998) e Baudrillard (1981), e essa consideração parte do princípio de que os fatores emocionais ocasionados por traumas sociais e econômicos advindos da infância de Rebecca contribuíram para a estruturação de seus hábitos de consumo. Também foi possível notar a mudança das ações consumistas praticadas pela personagem ao longo do filme, à medida que sofre as consequências de seus hábitos e começa a repensar sua postura diante do grande número de vezes que comprava.

Por fim, a observação dos conceitos teóricos apresentados nesta pesquisa e representados em um contexto fictício como um fenômeno recorrente na vida da personagem da obra escolhida, aborda de forma intrínseca a maneira como o consumo conspícuo e o *mindset* podem ser percebidos na atualidade. A contraposição entre esses cenários, o fictício e o real, permitiu analisar o modo como os conceitos são expostos no cotidiano da personagem da obra possibilitando uma reflexão sobre os hábitos de consumo e ações adotadas pelos indivíduos na realidade, bem como a compreensão de sua influência nas relações de consumo e ações praticadas por cada um.

É relevante afirmar que as relações de consumo sofrem alterações ao longo do tempo, de acordo com os acontecimentos e das mudanças sociais (VEBLEN,1998). Em vista disso, propõe-se como agenda de pesquisa: 1) análise da influência dos hábitos de consumo de forma conspícua; 2) as representações do *mindset* fixo e de crescimento e suas implicações no contexto social; 3) os impactos gerados pelo consumo conspícuo na vida de jovens e adultos.

A experiência do consumo conspícuo é um exemplo para os indivíduos de nossa sociedade: se um consumidor é refém dos seus próprios desejos e controlado por suas emoções no momento da compra de algo, ele precisa reconhecer seus hábitos nocivos e procurar ajuda necessária para solucionar os diversos problemas advindos desse tipo de consumo. Além disso, pode-se considerar também um debate futuro sobre ética no marketing e como as organizações se comportam diante desta questão.

## 6. REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, F. Sociedade de Consumo: uma abordagem reflexiva. **Revista Expressão Católica**, v. 8, n. 1, p. 98-103, jan. - jun. 2008. Disponível em: <<http://publicacoesacademicas.unicatolicaquixada.edu.br/index.php/rec/article/view/254>>. Acesso em: 15 mai. 2022.
- BARBOSA, L. **Sociedade de consumo**. 1.ed. Rio de Janeiro: Schwarcz-Companhia das Letras, 2004.
- BARBOSA, L; CAMPBELL, C. **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: FGV, 2006.
- BAUDRILLARD, J. **El sistema de los objetos**. Trad. Francisco González Aramburu. México: Siglo XXI, 1981.
- BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Elfos, 1995.
- BAUER, M. GASKELL, G. (eds.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002.
- BAUMAN, Z. Questões sociais de lei e ordem. **British Journal of Criminology**, v. 40, n. 2, p. 205-221, 2000.
- BAUMAN, Z. **Modernidade Líquida**. Trad. Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- BAUMAN, Z. **La ambivalencia de la modernidad y otras conversaciones**. Barcelona: Paidós Iberica Ediciones SA, 2002.
- BAUMAN, Z. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em consumo**. Rio de Janeiro: Schwarcz-Companhia das Letras, 2008.
- BRAGA, F. E. L. Retórica distintiva no funk ostentação: O consumo conspícuo na produção cultural do jovem pobre. **Revista Habitus: revista eletrônica dos alunos de graduação em Ciências Sociais - IFCS/UFRJ**, Rio de Janeiro, v. 12, n. 1, p. 20-34, jun. 2014. Anual. Disponível em: <[www.habitus.ifcs.ufrj.br](http://www.habitus.ifcs.ufrj.br)>. Acesso em: 30 jun. 2022.
- CAMATTA, R. B. **Para além do consumo conspícuo: uma proposta de interpretação da teoria do consumo em Thorstein Veblen**. 2014. 112 f. Tese (Dissertação de Mestrado em Ciências Econômicas). Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, ES, 2014. Disponível em: <<http://repositorio.ufes.br/handle/10/2666>>. Acesso em: 30 jun. 2022.
- CRUZ, N. M. **Abordagens ao estudo do instrumento musical: tempo de estudo, métodos e mindsets**. 2017. 102 f. Tese (Dissertação de Mestrado em Ensino de Música). Universidade Católica Portuguesa, Porto, Portugal, 2017. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10400.14/25642>>. Acesso em: 15 mai. 2022.
- DINIZ, P. C. O. C; BARBOZA, F. L. M. Influências para o consumo conspícuo: uma revisão de literatura. **Encontro de Gestão de Negócios**. Uberlândia: 2021.

- DWECK, C. S. **Mindset: a nova psicologia do sucesso**. São Paulo: Objetiva, 2017.
- FLICK, U. **Qualidade na pesquisa qualitativa: coleção pesquisa qualitativa**. Trad. Roberto Cataldo Costa. São Paulo: Bookman, 2009.
- GOLLWITZER, P. M. **Action phases and mind-sets**. In: HIGGINS, E. T; SORRENTINO, R. M. Handbook of motivation and cognition: foundations of social behavior. New York: Guilford Press. n. 2. p. 53-92, 1990 Disponível em: <[https://www.socmot.uni-konstanz.de/sites/default/files/90\\_Gollwitzer\\_Action\\_Phases\\_MindSets.pdf](https://www.socmot.uni-konstanz.de/sites/default/files/90_Gollwitzer_Action_Phases_MindSets.pdf)>. Acesso em: 30 jun. 2022.
- GROHMANN, M. Z.; BATTISTELLA, L. F.; RADONS, D. L. O consumo de status e suas relações com o materialismo: análise de antecedentes. **Revista Brasileira de Marketing**, São Paulo, v. 11, n. 3, p. 3-26, set. – dez. 2012. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=471747529002>>. Acesso em: 30 jun. 2022.
- KASSIOLA, J. J. **A morte da civilização industrial: os limites do crescimento econômico e a repolitização da sociedade industrial avançada**. Suny Press, 1990.
- MIRANDA, C. M. A. de et al. **Percepção de valor de luxo de consumidores jovens: um estudo das relações causais**. São Paulo: UNIMEP, 2017.
- NEVES, J. L. **Pesquisa qualitativa: características, usos e possibilidades**. Caderno de pesquisas em administração, São Paulo, v. 1, n. 3, p. 1-5, 1996. Disponível em: <<http://www.ead.fea.usp.br/cad-pesq/arquivos/C03-art06.pdf>>. Acesso em: 2 jun. 2022.
- NEVES, V; TOMEI, P. Mentalidade global e comportamento da liderança. **Revista Ibero Americana de Estratégia**, v. 15, n. 2, p. 90-107, 2016. Disponível em: <[https://www.hugoribeiro.com.br/biblioteca-digital/NEVES-Pesquisa\\_Qualitativa.pdf](https://www.hugoribeiro.com.br/biblioteca-digital/NEVES-Pesquisa_Qualitativa.pdf)>. Acesso em: 30 jun. 2022.
- OS DELÍRIOS de Consumo de Becky Bloom. Direção: J.P. Hogan. Produção: Jerry Bruckheimer. Estados Unidos, Touchstone Pictures, 2009. 1 DVD / NTSC (98 min).
- SALLES, A. O. T. CAMATTA, R. B. **A interpretação marginalista do consumo conspícuo: inconsistências e limitações da síntese neoclássica da Teoria da Classe Ociosa**. Economia e Sociedade, Campinas, SP, v. 29, n. 1, p. 237–271, 2020. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/ecos/article/view/8661948>. Acesso em: 30 jun. 2022.
- SANTOS, C. P.; FERNANDES, D. V. D. H. A socialização de consumo e a formação do materialismo entre os adolescentes. **Revista de Administração Mackenzie** (Mackenzie Management Review), São Paulo, v. 12, n. 1, p. 169-203, 2011. Disponível em: <<http://editorarevistas.mackenzie.br/index.php/RAM/article/view/2502>>. Acesso em: 15 mai. 2022.
- SIMMEL, G. Fashion. **American Journal of Sociology**. The American Journal of Sociology, University of Chicago Press, Chicago, v. 62, n. 6, mai. p. 541-558, 1957. Disponível em: <<https://sites.middlebury.edu/individualandthesociety/files/2010/09/Simmel.fashion.pdf>>. Acesso em: 30 jun. 2022.
- TELES, T.R. A complexa relação egoística entre o homem e o dinheiro: uma análise teórica a partir da filosofia e da psicologia. **Revista Destaques Acadêmicos**, v. 9, n. 2, 2017. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.22410/issn.2176-3070.v9i2a2017.1402>>. Acesso em: 30 jun. 2022.

VEBLEN, T. Why is economics not an evolutionary science? **Cambridge Journal of Economics**, v. 22, n. 4, p. 403-414, 1998. Disponível em: <<https://doi.org/10.1093/oxfordjournals.cje.a013725>>. Acesso em: 15 mai. 2022.

VEBLEN, T. **A teoria da classe ociosa: um estudo econômico das instituições**. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

VICTOR, C; PEÑALOZA, V. L; THIERS, L. Do prazer à compulsão: práticas compulsivas de consumo em Delírios de Consumo de Becky Bloom. Rebeca - **Revista Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual**, v. 10, n. 2, p. 350-371, 2021. Disponível em: <<https://doi.org/10.22475/rebeca.v10n2.726>>. Acesso em: 15 mai. 2022.

ZULIAN, A; MARIN, S. R; JÚNIOR, O.M. **Comportamento dos indivíduos e instituições: uma abordagem vebleniana**. Economia e Sociedade, v. 27, mai. - ago. p. 409-430, 2018. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/1982-3533.2017v27n2art2>>. Acesso em: 15 mai. 2022.

WEBER, F. P. Right-sided hemi-hypotrophy resulting from right-sided congenital spastic hemiplegia, with a morbid condition of the left side of the brain, revealed by radiograms. **Journal of neurology and psychopathology**, v. 3, n. 10, ago. p. 134, 1922. Disponível em: <[10.1136/jnnp.s1-3.10.134](https://doi.org/10.1136/jnnp.s1-3.10.134)>. Acesso em: 15 mai. 2022.