

AUTOSSUPERAÇÃO DO HIPERCONSUMISMO (AUTORREEDUCACIOLOGIA)

I. Conformática

Definologia. A *autossuperação do hiperconsumismo* é o ato ou efeito de a conscin, homem ou mulher, comprometida com a autevolução, erradicar, descartar ou extinguir comportamentos hiperconsumistas, visando auferir maior rendimento evolutivo transcendente à atual experiência intrafísica.

Tematologia. Tema central homeostático.

Etimologia. O elemento de composição *auto* procede do idioma Grego, *autós*, “eu mesmo; por si próprio”. O termo *superação* vem do idioma Latim, *superatio*, “ação de vencer; alcançar; conseguir”, de *superare*, “elevar-se acima de; superar-se”. Apareceu no Século XVI. O elemento de composição *hiper* vem do idioma Grego, *hyper*, “acima; acima de; sobre; por cima; superiormente; muito; demais; para lá de”. Apareceu, no idioma Português, no Século XVII. A palavra *consumir* deriva também do idioma Latim, *consumere*, “gastar; comer; destruir; empregar; esgotar; morrer; dar cabo de; exaurir”. Surgiu no Século XIII. O sufixo *ismo* provém do idioma Grego, *ismós*, “doutrina; escola; teoria ou princípio artístico, filosófico, político ou religioso; ato, prática ou resultado de; peculiaridade de; ação; conduta; hábito ou qualidade característica de; quadro mórbido; condição patológica”. O vocábulo *consumismo* apareceu em 1981.

Sinonimologia: 1. Autodomínio do hiperconsumismo. 2. Autorregramento do hiperconsumo. 3. Sobrepujamento anticonsumista.

Neologia. As 3 expressões compostas *autossuperação do hiperconsumismo*, *autossuperação primária do hiperconsumismo* e *autossuperação avançada do hiperconsumismo* são neologismos técnicos da Autorreeducaciologia.

Antonimologia: 1. Automotivação hiperconsumista. 2. Hiperconsumismo. 3. Impulso hiperconsumista. 4. Manutenção do hiperconsumismo. 5. Retroalimentação do hiperconsumismo. 6. Tendência hiperconsumista.

Estrangeirismologia: a conscin *selfaware* contrapondo-se ao *shopaholic*; o *know-how* conscienciológico predispondo a conscin ao consumo percuciente; o *upgrade* evolutivo proporcionado pela autossuperação do hiperconsumismo; a citação latina de Sêneca (4 a.e.c.–65 e.c.) *omnia quae excesserunt modum, nocent*.

Atributologia: predomínio das faculdades mentais, notadamente do autodiscernimento quanto à teática da *inteligência evolutiva* (IE).

Megapensanologia. Eis megapensene trivocabular sintetizando o tema: – Aos consumistas, reeducação.

Coloquiologia. Eis 4 expressões populares exemplificando a *cultura do consumismo*: – Devo, não nego, pago quando puder. Devo, não pago, nego enquanto puder. Dinheiro é para gastar e passar troco. Devo tanto, que se chamar alguém de meu bem, o banco vem e toma.

Citaciologia. Eis duas citações pertinentes ao tema: – Devemos indagar por ocasião de todos os desejos: o que há de acontecer quando meu apetite for satisfeito; e o que acontecerá se ele não for (Epicuro de Samos, 341–270 a.e.c.). O consumo pode fazer muito bem para a economia dos países, desde que não faça “mal ao bolso” e à “cabeça” daqueles que consomem (Nanci Cavaco, 1980–).

II. Fatuística

Pensanologia: o holopensesene pessoal anticonsumista; o holopensesene pessoal autopesquisístico; o holopensesene pessoal autossuperativo; o holopensesene pessoal evolutivo; o holopensesene pessoal poupador; o holopensesene pessoal reciclado; o holopensesene pessoal reeducado; os lucidopensesenes; a lucidopensesenidade; os prioropensesenes; a prioropensesenidade; os voliciopensesenes; a voliciopensesenidade; o holopensesene do *marketing* decidindo pela conscin incauta; os ortopensesenes;

a ortopensenidade patrocinando a reeducação financeira; o autenfrentamento em ambientes com holopenses hiperconsumistas; o uso da *inteligência evolutiva* na autopesquisa e reeducação da autopensenidade; a sinalética energética e parapsíquica auxiliando na identificação de autopenses, heteropenses e holopenses tendenciosos ao hiperconsumismo.

Fatologia: a autossuperação do hiperconsumismo; o acerto de rota; a disposição íntima de autassistir-se; o estudo dos traços conscienciais pessoais e grupais; a cognição viabilizando a reeducação financeira; a promoção da autotares; a redefinição das prioridades existenciais; o senso de maturidade ampliado; a aceleração sadia da História Pessoal; o desconforto existencial denunciando o hiperconsumismo e consequente desequilíbrio financeiro; a reperspectivação dos valores pessoais e das atitudes hiperconsumistas; o conhecimento dos mecanismos fomentadores do hiperconsumismo; o labor em órgão público suscitando a autocrítica; as gescons pessoais potencializando o autenfrentamento; as mudanças comportamentais diante do consumo; o hábito de sopesar o valor evolutivo dos produtos antes de adquiri-los; as contínuas autominissuperações; o apoio grupocármico durante a autopesquisa; a recin desencadeada pela autopesquisa; o exemplarismo como meio de reparação grupocármica; o bem-estar íntimo estimulando o continuísmo evolutivo; a recuperação do poder aquisitivo; a maior valorização do tempo e do pé-de-meia adquirido; a liberdade de ação; o investimento na aprendizagem; a vida ainda por usufruir; a convivência intra e interconscencial mais proveitosa e assistencial; a vivência do consumo consciente, cosmoético e prioritário; as reparações dos rastros hiperconsumistas; o encontro com a Conscienciologia sugerindo mudanças íntimas inevitáveis; o epicentrismo em *Instituição Conscienciocêntrica* (IC) aguçando a autopesquisa; a reeducação financeira favorecendo o compléxis; a autossuperação do hiperconsumismo sendo possível a partir da autorreducação.

Parafatologia: o estado vibracional (EV) profilático na condição de antídoto ao hiperconsumismo; a desassimilação energética (desassim); as cicatrizes e paracicatrizes oriundas do hiperconsumismo; a reciclagem dos bagulhos energéticos derivados do hiperconsumismo; a interferência paragenética e grupocármica nas decisões financeiras; os gastos desnecessários denunciando o assédio extrafísico; o amparo intra e extrafísico potencializando os autesforços; a contribuição das projeções conscienciais e da tenepes na autossuperação do hiperconsumismo; a neovisão multidimensional do consumismo.

III. Detalhismo

Sinergismologia: o *sinergismo discernimento-vontade-ação*; o *sinergismo megafoco evolutivo-acautelamento no consumo*.

Principiologia: o *princípio da convergência pesquisística*; o *princípio da economia de males*; o *princípio de os fatos orientarem a pesquisa*; o *princípio do handicap de Zahavi*; o *princípio “isso não é para mim”*; o *princípio de objetivar o melhor para todos*; o *princípio da maximização da utilidade* aplicado ao longo da vida.

Codigologia: o *código de defesa do consumidor* (CDC); o *código pessoal de Cosmoética* (CPC).

Tecnologia: a *técnica autavaliativa cotidiana*; as *técnicas autoconscienciométricas*; as *técnicas autoconsciencioterápicas*; a *técnica da aquisição cognitiva continuada*; a *técnica da saturação mental positiva*; a *técnica da utilização de planilha financeira*; a *técnica do EV*; a *técnica de refletir antes de agir*; a *técnica do traforismo*.

Voluntariologia: o *voluntariado conscienciológico* ampliando a lucidez, fomentando o autodesassédio e as recins.

Laboratoriologia: o *laboratório conscienciológico da Autoconscienciometrologia*; o *laboratório conscienciológico da autorganização*; o *laboratório conscienciológico da Autorreeducaciologia*; o *laboratório conscienciológico do EV*; o *laboratório conscienciológico da Evolucionologia*; o *laboratório conscienciológico da Pensenologia*; o *laboratório conscienciológico da Proexologia*.

Colegiologia: o Colégio Invisível da Conscienciometria; o Colégio Invisível da Consciencioterapia; o Colégio Invisível da Cosmoeticologia; o Colégio Invisível da Energossomatologia; o Colégio Invisível da Evoluciologia; o Colégio Invisível da Proexologia; o Colégio Invisível da Recexologia.

Efeitologia: os efeitos catalisadores do consumo racional e cosmoético sobre a auteducação; o efeito negativo das propagandas subliminares no comportamento dos consumidores; os efeitos do neuromarketing aumentando o lucro das empresas; os efeitos positivos da educação financeira nas escolas; os efeitos dos indutores do consumo neutralizados pelo consumidor(a) lúcido(a); os efeitos evolutivos da autossuperação do hiperconsumismo sobre a proéxis pessoal e grupal; os efeitos positivos do consumo consciente sobre a saúde planetária; o consumo orientado enquanto efeito da informação sobre o produto.

Neossinapsologia: as retrossinapses hiperconsumistas impulsionando as compras; o acesso percuciente às retrossinapses hiperconsumistas constituindo forte aliado na autossuperação do hiperconsumismo; as técnicas e paratécnicas evolutivas fortalecendo as neossinapses anticonsumistas; as neossinapses transformando o consumo baratosférico em consumo evolutivo.

Ciclologia: o ciclo negação-aceitação-ação-reparação; a quebra do ciclo patológico pegou-emocionou-comprou; o ciclo autoconsciencioterápico autoinvestigação-autodiagnóstico-autenfrentamento-autossuperação; o ciclo carência-racionalidade-consumo consciente; o ciclo estopim-descontrole-ressaca-fissura; o ciclo investigar gastos-elaborar metas-planificar orçamento-poupar dividendos; o ciclo insumo-consumo-descarte-reciclagem; o ciclo ver-ouvir-refletir-escolher-decidir.

Enumerologia: o consumo afetivo; o consumo conspícuo; o consumo compulsivo; o consumo impulsivo; o consumo induzido; o consumo mentalsomático; o consumo pró-evolutivo.

Binomiologia: o binômio autoconscientização multidimensional-autolibertação financeira; o binômio patológico ansiedade-urgência; o binômio patológico tristeza-alívio; o binômio patológico braveza-compensação; o binômio custo-benefício; o binômio acautelatório comportamento de risco-julgamento sopesado.

Interaciologia: a interação hábito-gatilho; a interação rememoração-reflexão-registro; a interação registro-recin-autorreducação financeira; a interação autorreducação financeira-autossuperação do hiperconsumismo.

Crescendologia: o crescendo impulsividade-obsessão-compulsão por compras.

Trinomiologia: o trinômio patológico status-hiperconsumismo-crise existencial temporariamente suprimida; o trinômio Autocogniciologia-Autoconsciencioterapeuticologia-Autorreeducaciologia; o trinômio autoinvestimento proexológico-rentabilidade evolutiva-enriquecimento da Ficha Evolutiva Pessoal (FEP); o trinômio captar intenções-fortalecer atitudes-capacitar escolhas; o trinômio razão anestesiada-emoções dominantes-escolhas equivocadas; o trinômio economia-poupança-investimento; o trinômio impulsividade contida-necessidade reavaliada-hiperconsumismo extinto; o trinômio prioridade-adesforço-autossuperação; o trinômio piloto automático-decisão manipulada-conscin deficitária; o trinômio Manual de Prioridades Pessoais (MPP)-reperspectivação dos hábitos-escolhas reorientadas; o trinômio autossuperação do hiperconsumismo-consumo pró-evolutivo-compléxis.

Polinomiologia: o polinômio livros-leitura-registros-autotares; o polinômio desvio-desperdício-desconforto-despertar evolutivo; o polinômio fato-autopesquisa-recin-autorreducação; o polinômio hábitos saudáveis-rotinas úteis-escolhas planejadas-decisões acertadas.

Antagonismologia: o antagonismo consumo compulsivo / consumo comedido; o antagonismo consumo consciente / consumo inconsciente; o antagonismo consumo soberano / consumo escravizante; o antagonismo consumo útil / consumo simbólico.

Paradoxologia: o paradoxo de gastar rapidamente o dinheiro com bens essenciais para não correr o risco de gastá-lo com supérfluos.

Politicologia: a assistenciocracia; a cognocracia; a cosmoeticocracia; a decidocracia; a determinocracia; a evoluciocracia; a lucidocracia; a meritocracia; a voliciocracia; a política de

manter o equilíbrio financeiro; a política de investir nas recins; a política de autorreeducação contínua; a política da autevolução aplicada à vida cotidiana.

Legislogia: a *lei do maior esforço* aplicada em todas as fases autoconsciencioterápicas visando extinguir o hiperconsumismo.

Filiologia: a *autevoluciofilia*; a *autocogniciofilia*; a *autocriticofilia*; a *autodecidofilia*; a *autodiscernimentofilia*; a *autopesquisofilia*; a *autorrecexofilia*; a *autorreeducaciofilia*.

Sindromologia: a evitação da *síndrome do hiperconsumismo*; a travessia exitosa pela *síndrome da abstinência*.

Maniologia: a *consumomania*; a *oniomania*; a *mania de comprar a crédito*; a *mania de liquidações*; a *mania de se exhibir*.

Holotecologia: a *cognoteca*; a *consciencioterapeuticoteca*; a *energoteca*; a *evolucioteca*; a *mentalsomatoteca*; a *proexoteca*; a *recexoteca*.

Interdisciplinologia: a *Autorreeducaciologia*; a *Autoconscienciometrologia*; a *Autoconsciencioterapeuticologia*; a *Autodesassediologia*; a *Autodiscernimentologia*; a *Autevoluciolologia*; a *Autopriorologia*; a *Consumismologia*; a *Antropologia*; a *Economia*; o *Marketing*; a *Psicologia*; a *Psiquiatria*; a *Sociologia*.

IV. Perfilologia

Elencologia: a *conscin autossuperadora*; a *conscin consumista*; a *conscin deficitária*; a *conscin econômica*; a *conscin impulsiva*; a *conscin investidora*; a *conscin lúcida*; a *conscin poupadora*; a *conscin reciclante*; a *conscin reeducada*; a *conscin reurbanizada*; a *conscin robotizada*; a *conscin solvente*; a *conscin superavitária*; o *ser desperto*; o *ser interassistencial*.

Masculinologia: o *autodecisor*; o *reciclante existencial*; o *acoplamentista*; o *agente retrocognitor*; o *atacadista consciencial*; o *conscienciólogo*; o *conscienciômetra*; o *consciencioterapeuta*; o *homem de ação*; o *exemplarista*; o *inversor existencial*; o *tenepessista*; o *ofiexista*; o *proexista*; o *projeto lúcido*; o *perdulário*; o *insolvente*; o *robô existencial*; o *pesquisador*; o *poupador*; o *investidor*; o *tocador de obra*; o *voluntário*; o *completista*.

Femininologia: a *autodecisora*; a *reciclante existencial*; a *acoplamentista*; a *agente retrocognitora*; a *atacadista consciencial*; a *consciencióloga*; a *conscienciômetra*; a *consciencioterapeuta*; a *mulher de ação*; a *exemplarista*; a *inversora existencial*; a *tenepessista*; a *ofiexista*; a *proexista*; a *projeto lúcido*; a *perdulária*; a *insolvente*; a *robô existencial*; a *pesquisadora*; a *poupadora*; a *investidora*; a *tocadora de obra*; a *voluntária*; a *completista*.

Hominologia: o *Homo sapiens oeconomicus*; o *Homo sapiens autoconscientialis*; o *Homo sapiens consumans*; o *Homo sapiens despertus*; o *Homo sapiens determinator*; o *Homo sapiens evolutiologus*; o *Homo sapiens autolucidus*; o *Homo sapiens mentalsomaticus*; o *Homo sapiens recyclans*; o *Homo sapiens reeducator*.

V. Argumentologia

Exemplologia: autossuperação *primária* do hiperconsumismo = a experimentada pela *conscin lúcida* abolidora do consumo impulsivo, inútil e exagerado; autossuperação *avançada* do hiperconsumismo = a experimentada pela *conscin lúcida*, interassistencial e praticante do consumo pró-evolutivo.

Culturologia: a *cultura do consumo desenfreado*; a *cultura do hiperconsumismo* impactando na moral e na ética; a *cultura consumista global*; a *cultura da reciclagem*; a *neocultura da autorreeducação financeira proexológica*; a *neocultura da autossuperação do hiperconsumismo*.

Autocogniciologia. Sob a ótica da *Recinologia*, importa considerar 4 variáveis, associadas ao ato de consumir, dispostas em ordem funcional:

1. **Hábitos.** O aprendizado progressivo entre ações, resultados e circunstâncias associadas, geram os hábitos.
2. **Indutores.** Elementos circunstanciais, a exemplo dos indutores de comportamento, integram a formação dos hábitos.
3. **Impulsividade.** A falta de planejamento cede lugar à impulsividade quando o hábito de consumo é acionado por indutores.
4. **Autorreeducação.** É possível modificar comportamentos nosográficos e estabelecer indutores e neo-hábitos saudáveis, positivamente assim a tomada de decisão.

Autoconscienciometria. Sob a ótica da *Autoinvestigaciologia*, pode-se registrar, por exemplo, 7 sintomas ou sinais passíveis de interferir na tomada de decisão do consumidor desatento, dispostos em ordem alfabética:

1. **Ansiedade.** O estado emocional é capaz de disparar o consumismo pela urgência autimposta na realização dos projetos pessoais.
2. **Autestima.** A autoimagem associada mais ao *ter* e menos ao *ser*, na atual sociedade de consumo, pode provocar a aquisição desenfreada de bens e serviços.
3. **Braveza.** A ferocidade, a sanha e a raiva podem predispor a consciin a buscar compensação através do consumismo.
4. **Emocionalidade.** Os estados emocionais de grande inquietude como angústia, tristeza, melancolia, carência, aflição e sofrimento podem levar a consciin ao consumo, nem sempre alienável, em busca do alívio temporal.
5. **Inveja.** O desejo descomedido de possuir o bem alheio associado à autossubestimação induz a consciin invejosa a consumir para se sentir inserida no contexto da consciin invejada.
6. **Mágoa.** O sentimento causado por ofensa de outrem pode ser atenuado pelo prazer de comprar.
7. **Status.** O consumo, como garantia de aceitação e valorização, acaba se transformando em verdadeira punição financeira e emocional.

Autorreeducaciologia. Conforme a *Holomaturologia*, o autenfrentamento do consumismo pode promover mudanças autorreeducativas, chanceladoras de vida intrafísica mais proveitosa, a exemplo das 10 realidades listadas alfabeticamente:

01. **Antiemocionalidade.** A evitação do consumo impulsivo através do equilíbrio emocional.
02. **Autaferição.** Os resultados positivos dos autoinvestimentos e a maior mobilidade proexológica funcionando como sinalizadores evolutivos.
03. **Autassistência.** O processo de autossuperação por meio da conjugação dos esforços pessoais.
04. **Autestima.** O autocontentamento pelos resultados positivos e retroalimentadores alcançados de modo continuado.
05. **Autoconfiança.** A Descrenciologia suscitando a experimentação e fortalecendo a convicção íntima do potencial autorrenovador.
06. **Autogestão.** A priorização de áreas específicas da vida mantendo o foco proexológico.
07. **Autolibertação.** As metas evolutivas sobrepondo-se aos velhos hábitos de consumo.
08. **Autovigilância.** Os cuidados com possíveis recaídas.
09. **Racionalidade.** A atenção racional às armadilhas hipnóticas do *marketing* a exemplo de música ambiente, olorização, mimos, degustações, promoções e parcelamentos.
10. **Somaticidade.** A evitação de ir ao supermercado com o estômago vazio, para evitar a tendência de encher o carrinho com compras desnecessárias.

Terapeuticologia: a terapia cognitivo-comportamental; a autoconsciencioterapia; a Consciencioterapia.

VI. Acabativa

Remissiolgia. Pelos critérios da *Mentalsomatologia*, eis, por exemplo, na ordem alfabética, 15 verbetes da *Enciclopédia da Conscienciologia*, e respectivas especialidades e temas centrais, evidenciando relação estreita com a autossuperação do hiperconsumismo, indicados para a expansão das abordagens detalhistas, mais exaustivas, dos pesquisadores, mulheres e homens interessados:

01. **Autossuperação prioritária:** Autoconsciencioterapia; Homeostático.
02. **Banho de loja consciencial:** Autorreeducaciologia; Homeostático.
03. **Carência insatisfeita:** Autoproexologia; Neutro.
04. **Definição do básico:** Definologia; Homeostático.
05. **Desperdício:** Ecologia; Nosográfico.
06. **Economia da vida consciencial:** Autoconscienciometrologia; Homeostático.
07. **Energia do dinheiro:** Proexologia; Neutro.
08. **Inteligência financeira proexogênica:** Proexologia; Neutro.
09. **Meio de sobrevida:** Intrafisicologia; Neutro.
10. **Ortometria econômico-financeira:** Autoconscienciometrologia; Neutro.
11. **Pé-de-meia somático:** Somatologia; Homeostático.
12. **Planilha evolutiva:** Evoluciologia; Homeostático.
13. **Poupança existencial:** Intrafisicologia; Homeostático.
14. **Síndrome do hiperconsumismo:** Parapatologia; Nosográfico.
15. **Técnica dos 100 procedimentos:** Autexperimentologia; Homeostático.

A AUTOSSUPERAÇÃO DO HIPERCONSUMISMO É ALCANÇADA ATRAVÉS DE MEDIDAS REEDUCATIVAS ADOTADAS PELA CONSCIN LÚCIDA, COM BASE NA TEÁTICA DA INTELIGÊNCIA EVOLUTIVA E DO AUTODISCERNIMENTO.

Questionologia. Você, leitor ou leitora, como se posiciona em relação à *cultura do hiperconsumismo*? Enquanto consumidor, vem atuando de modo consciente ou inconsciente? Compra por hábito ou exerce o poder de escolha evolutiva?

Filmografia Específica:

1. **Amor por Contrato.** **Título Original:** *The Joneses*. **País:** EUA. **Data:** 2009. **Duração:** 96 min. **Gênero:** Drama. **Idade** (censura): 14 anos. **Idioma:** Inglês. **Cor:** Colorido. **Legendado:** Português (em DVD). **Direção:** Derrick Borte. **Elenco:** Demi Moore; David Duchovny; Amber Heard; Gary Cole; Glenn Headly; Lauren Hutton; Chris Williams; Christine Evangelista; Ric reitz; & Jennifer Van Horn.. **Produção:** Doug Mankoff; & Andrew Spaulding. **Coprodução:** Scott Lochmus; & Jessica Stament. **Produção Executiva:** David Rogers; & Adam Betteridge. **Desenho de Produção:** Kristi Zea. **Fotografia:** Yaron Orbach. **Música:** Nick Urata. **Figurino:** Renée Ehrli. **Edição:** Janice Hampton, A.C.E. **Distribuidora:** Califórnia Filmes. **Sinopse:** Os Jones constituem grupo familiar aparentemente perfeito. Tanto Steve (David Duchovny) e a esposa Kate (Demi Moore), quanto os filhos Mick Ben Hollingsworth) e Jenn (Amber Herad) são bonitos, populares e confiantes, são, na verdade, funcionários da empresa LifeImage. Os Jones são a mais nova estratégia de marketing da empresa: inserir famílias em mercados de luxo de modo a dar vida aos produtos.

2. **Os Delírios de Consumo de Becky Bloom.** **Título Original:** *Confessions of a Shopaholic*. **País:** EUA. **Data:** 2009. **Duração:** 145 min. **Gênero:** Comédia & Romance. **Idioma:** Inglês. **Cor:** Colorido. **Legendado:** Português (em DVD). **Direção:** P. J. Hogan. **Elenco:** Isla Fisher; Hugh Dancy; Kristen Ritter; Jonh Goodman; Joan Cusack; Jonh Lithgow; Kristin Scott Thomas; & Leslei Bibb. **Produção:** Jerry Bruckheimer. **Roteiro:** Tim Firth; Kaila Alpert; & Tracey Jackson. **Música:** James Newton Howard. **Edição:** Willian Goldenberg. **Distribuição:** Walt Disney Pictures; & Disney Buena Vista. **Outros dados:** Filme adaptação da série de livros Shopaholic da escritora britânica Sophie Kinsella. **Sinopse:** Rebeca Bloomwood, conhecida como Becky Bloom, é jornalista e compulsiva por compras. Trabalha em Revista Financeira escrevendo para pessoas comuns sobre finanças pessoais, enquanto é perseguida por cobradores.

Bibliografia Específica:

01. **Barbosa, Lúvia; *Sociedade de Consumo***; 68 p.; 1 *E-mail*; 1 enu.; 1 minicurriculo; 1 tab.; 1 *website*; 14 refs.; 18 x 12 cm; br.; 3ª reimp.; *Jorge Zahar Editor*; Rio de Janeiro, RJ; 2012; páginas 14 a 28, 45, 49, 55, 57 e 77.
02. **Caldas, Rogério; *A Emoção vende: Os Clientes compram Emoções***; revisor Consultexto; 150 p.; 8 caps.; 3 citações; 2 *E-mails*; 71 enus.; 8 ilus.; 1 minicurriculo; 2 *websites*; 22 x 16 cm; br.; 16ª Ed.; *Markação*; Recife, PE; 2009; página 78.
03. **Cavaco, Nanci Azevedo; *Consumismo é Coisa da sua Cabeça: O Poder do Neuromarketing***; pref. Alex Born; revisores APED; & Fundo de Cultura; 96 p.; 4 caps.; 1 citação; 1 cronologia; 1 *E-mail*; 13 enus.; 2 ilus.; 1 *website*; 9 refs.; 21 x 14 cm; br.; *Editora Ferreira*; Rio de Janeiro, RJ; 2010; páginas 20, 21, 27, 33 a 36, 77 a 79 e 90 a 95.
04. **Cerbasi, Gustavo; *Como Organizar sua Vida Financeira: Inteligência Financeira Pessoal na Prática***; Coleção Expo Money; pref. Roberto Damenberg; revisores Andréa Campos Bivar; & Jussara Bivar; 188 p.; 10 caps.; 1 *E-mail*; 49 enus.; 9 fórmulas; 3 gráfs.; 1 ilus.; 1 minicurriculo; 22 tabs.; 2 *websites*; 23 x 16 cm; br.; *Elsevier*; Rio de Janeiro, RJ; 2009; página 182.
05. **Domingos, Reinaldo; *Dinheiro sem Segredo: Como Quitar suas Dívidas***; revisores Assertiva Produções Editoriais; 10 Vols.; 76 p.; Vol. 1; 1 *website*; 20 x 13,5 cm; br.; *DSOP Educação Financeira*; São Paulo, SP; 2012; página 17.
06. **Ferreira, Vera Rita de Mello; *Psicologia Econômica: Estudo do Comportamento Econômico e da Tomada de Decisão***; XVII + 342 p; 29 caps.; 209 refs.; 5 apênds.; 15,5 x 22,5 cm; br.; *Campus*; Rio de Janeiro, RJ; 2008; páginas 9,10 e 236.
07. **Lindstrom, Martin; *A Lógica do Consumo: Verdades e Mentiras sobre porque compramos (Buyology)***; pref. Paco Underhill; trad. Marcello Lino; 208 p.; 11 caps.; 1 enu.; 1 foto; 1 minicurriculo; 12 notas; 22 refs.; alf.; 23 x 16 cm; br.; *Nova Fronteira*; Rio de Janeiro, RJ; 2009; páginas 114 a 123.
08. **Martin, Neale; *Hábitos de Consumo: O Comportamento do Consumidor que a Maioria dos Profissionais de Marketing ignora (Habitat)***; revisores Jayme Teotônio Borges Luiz; & Roberta Borges; trad. Ricardo Bastos Vieira; XVI + 190 p.; 3 partes; 12 caps.; 1 *E-mail*; 6 enus.; 1 minicurriculo; 1 *website*; alf.; 23 x 16 cm; br.; *Elsevier*; Rio de Janeiro, RJ; 2009; páginas 16, 36 a 59 e 117.
09. **Mendonça, Julieta; *Reciclagem Financeira: De que Modo Mulher na Terceira Idade conseguiu Virar a Mesa***; pref. Hernande Leite; revisora Julieta Mendonça; 190 p.; 8 caps.; 1 citação; 1 *E-mail*; 30 enus.; 1 *facebook*; 1 foto; 1 minicurriculo; 2 tabs.; posf.; 18 refs.; alf.; 24 x 17 cm; br.; *JZ Editora*; Foz do Iguaçu, PR; 2014; páginas 36, 37 e 65 a 76.
10. **Miller, Geoffrey; *Darwin vai às Compras: Sexo, Evolução e Consumo (Spent: Sex, Evolution, and Consumer Behavior)***; trad. Elena Gaidano; 532 p.; 17 caps.; 1 *E-mail*; 44 enus.; 1 minicurriculo; 3 tabs.; 1 *website*; 2 notas; 501 refs.; alf.; 23 x 15,5 cm; br.; *BestSeller*; Rio de Janeiro, RJ; 2012; páginas 57 e 108 a 156.
11. **Silva, Ana Beatriz Barbosa; *Mentes Consumistas: Do Consumismo à Compulsão por Compras***; revisores Elizete Mitestaines; & Ana Maria Barbosa; 200 p.; 11 caps.; 11 citações; 2 *E-mails*; 22 enus.; 2 fluxogramas; 2 ilus.; 1 minicurriculo; 8 *websites*; 14 filmes; 23 notas; 501 refs.; 23 x 16 cm; br.; *Globo*; São Paulo, SP; 2014; páginas 52 a 73.
12. **Toledo, Elaine; *Saiba mais para Gastar menos: Aprenda a Desenvolver sua Inteligência Financeira***; revisores Thaíse Costa Macêdo; & Chisley Gomes; 142 p.; 7 citações; 1 *E-mail*; 42 enus.; 2 fluxogramas; 1 foto; 2 gráfs.; 1 minicurriculo; 15 tabs.; 1 *website*; 16 refs.; 21 x 14 cm; br.; 2ª Ed.; *Alaíde Editorial*; 2012; São Paulo, SP; página 25.
13. **Tolotti, Márcia; *As Armadilhas do Consumo: Acabe com o Endividamento***; Coleção Expo Money; apres. Gustavo Cerbasi; & Robert Danneberg; coord. Gustavo Cerbasi; revisoras Andrea Campos Bivar; & Jussara Bivar; XV + 120 p.; 8 caps.; 1 *E-mail*; 2 enus.; 1 foto; 1 minicurriculo; 1 tab.; 27 *websites*; glos. 28 termos; 44 refs.; 12 webgrafias; 23 x 16 cm; br.; *Editora Elsevier*; Rio de Janeiro, RJ; 2007; páginas 37, 46 a 61, 64 e 65.
14. **Volpi, Alexandre; *A História do Consumo no Brasil: Do Mercantilismo à Era do Foco no Cliente***; int. Roberto Meir; pref. Heródoto Barbeiro; revisora Vera Lúcia Quintanilha; 184 p.; 12 caps.; 2 *E-mails*; 66 fotos; 1 minicurriculo; 2 *websites*; 63 refs.; 24 x 17 cm; br.; *Elsevier*; Rio de Janeiro, RJ; 2007; páginas 96 e 105 a 116.

F. D.