

RECOMENDACIONES

Nadie está fuera de peligro. Además del porcentaje de españoles enfermos, la mayoría de los consumidores también se rinden ante las rebajas

► **Fuera de casa.** Antes de salir a la calle haga una lista únicamente con lo que necesite. Tener una calculadora a mano ayudará a llevar un control de las cuentas sobre la marcha.

► **Estado de ánimo.** Es importante evitar salir de compras en estados de tristeza o bien de gran euforia, ya que en estas situaciones suele resultar complicado poder ejercer el control.

► **Mejor cuanto más cerca.** Adquirir productos en estos locales evita las tentaciones de los grandes centros comerciales o los supermercados.

► **Autocontrol.** Hay que aprender a poner límites y a saber decir «no». Es aconsejable, cuando un vendedor le haga una oferta, ser firme y dejar claro que no interesa lo que intentan vender.

► **Establecer un orden.** Colocar los armarios y comprobar lo que se tiene ayudará a no comprar ropa similar a la que ya se tiene.

tores de los enfermos. Se vuelven mentirosos porque se sienten arrepentidos por lo que hacen e intentan ocultar el problema en su entorno buscando cualquier tipo de excusa. Como una pescadilla que se muerde la cola. Los cambios de personalidad, sufrir episodios de euforia intermitente o inventar espectaculares fantasías son algo rutinario, un día a día que consume, que atormenta, que destruye. «Se crean un personaje que no existe, se van haciendo poco a

poco más solitarios y se autojustifican siempre que pueden para seguir comprando», puntualiza Lamas.

EN BUSCA DE UNA SALIDA

Los especialistas no cejan en su empeño de concienciar a la sociedad de la imperiosa necesidad de pedir ayuda y acudir a centros especializados donde podrán recibir el tratamiento y seguimiento más adecuado en función de cada caso. Desde fármacos con acción anticombulsiva —pero a los que se les ha encontrado propiedades antiimpulsivas que mejoran en gran medida el control— (Subraya Ros), hasta la psicoterapia, que cuenta con una fase conductual y una cognitiva.

La primera integra las medidas conductuales primarias, es decir, la equiparación a los mecanismos del

Es importante que el paciente haga un autorregistro de sus gastos y evite el acceso a los comercios

control de los impulsos. «Primero hay que lograr que lleve un control económico, así como de las compras que realice y evitar el acceso a los centros comerciales. Es aconsejable que el paciente haga un autorregistro de sus gastos», añade Lamas. A partir de ese momento, el tratamiento psicológico se basa exclusivamente en la reeducación cognitiva. «Hay que incidir especialmente en las carencias del paciente, trabajar la autoestima y cambiar el pensamiento de la realidad social que pueda tener», concluye.

La fuerza de voluntad y la paciencia son armas que nunca hay que pasar por alto. Las compras compulsivas no son baladí. Dejar la tarjeta de crédito en el cajón y salir sólo con dinero en efectivo, determinar previamente lo que se pretende gastar y apuntar lo que se vaya adquiriendo en una libreta ayudará a dejar atrás los escaparates de ese infierno.

EL PSICÓLOGO EXPERTO EN ADICCIONES, ASEGURA QUE EL CONSUMO IMPULSIVO ES UNO DE LOS PRINCIPALES ENEMIGOS DE LAS REBAJAS

La adicción esconde una inestabilidad emocional

J. MANUEL OTERO Univ. Santiago de Compostela

Marta Borcha

Madrid

En una sociedad de consumo. ¿Cómo podemos saber que existe adicción a las compras?

«Cuando aparece un problema de dependencia psíquica en el que la necesidad de sentirse bien va unida a la imperiosa necesidad de comprar. Sucede lo mismo que con el alcohólico. Antes de comprar, la persona siente malestar, ansiedad u hostilidad, algo que cambia cuando compra, un momento de alegría donde dicen tocar la felicidad. Después las emociones negativas aparecen unidas al arrepentimiento y, para restaurar el estado anímico vuelven a iniciar el proceso.

¿Qué incidencia tiene en la población esta adicción?

«Alcanza entre el 5 y el 10 por ciento de la sociedad y tiene mayor incidencia en las mujeres, aunque los patrones de evolución se van equiparando con los hombres debido a que los roles se van igualando. Las rebajas, son un disparador de estos casos.

¿A qué perfil responde la mujer adicta a las compras?

«El prototipo es una mujer joven, de 30 a 40 años, de clase media alta, con nivel de estudios medios y superiores, trabajadora, y del ámbito urbano.

¿Cuál sería el perfil psicológico de estos adictos?

«Suelen ser personas que buscan nuevas sensaciones, tienen la



«El bombardeo publicitario potencia la actitud consumista y crea nuevas necesidades al cliente»

autoestima hecha jirones y que presentan cierta vulnerabilidad a los mensajes publicitarios. No piensan en las consecuencias ni en los gastos y la necesidad es la compra en sí y no el producto.

¿Es excesiva la publicidad? «El bombardeo publicitario potencia la actitud consumista creando nuevas necesidades en el consumidor. Manda mensajes en los que asegura que las compras aumentan la felicidad, refuerzan el estatus social. Después está la estrategia de ventas. Todo ello aumenta la vulnerabilidad.

sus manos o algo muy focalizado. Por ejemplo, a uno de nuestros pacientes le gustaba mucho el modelismo y se dedicaba a comprar exclusivamente maquetas», argumenta Lamas.

Cuando la situación se va de las manos y se hace insoportable, entra en juego la familia. Y es que son ellos los que suelen advertir, no tanto el problema, sino las consecuencias que éste acarrea. Las mentiras y justificaciones son los principales dela-