

LA ADICCIÓN A LAS COMPRAS

1. LAS ADICCIONES SIN SUSTANCIA

En el presente siglo XXI, en la sociedad occidental caracterizada por la prisa, la eficacia, la evasión, la búsqueda de emociones fuertes y paradójicamente el sentimiento de vacío existencial, ya no basta con tipificar la multitud de adicciones que podemos presentar a diferentes sustancias: alcohol, tabaco, cafeína, cocaína, cannabis, anfetaminas, éxtasis, opiáceos etc., sino que se presentan en la clínica cada vez con mayor frecuencia una serie de **adicciones llamadas sociales o sin sustancia.**

En estas adicciones de nuevo cuño, que no por ello son menos preocupantes, podemos encontrar, los trastornos de la conducta alimentaria, la adicción al sexo, a la televisión, al juego, al trabajo, a internet, al móvil, a las líneas eróticas o de adivinación, a los videojuegos, a las compras... Estas nuevas adicciones se pueden presentar, a veces con entidad propia, otras veces acompañadas por adicciones químicas (por ejemplo, es muy habitual que la ludopatía se presente con dependencia o abuso del alcohol) o en comorbilidad con otras categorías clínicas como los trastornos de personalidad (especialmente los que tienen que ver con el control de impulsos), los trastornos de ansiedad y la depresión. Es importante diferenciar si la adicción sin sustancia es patología secundaria a otra enfermedad, con lo cual se espera que remita al hacerlo la primaria o si tienen que recibir una atención específica.

Dado que las conductas que pueden ser objeto de adicción son conductas normales, que realizamos todas las personas cada día es importante establecer algunos criterios que delimiten la frontera entre una conducta normal y otra patológica. La persona que presenta una adicción social acusaría una **pérdida de control sobre la conducta, fuerte dependencia psicológica, la pérdida de interés por otras actividades gratificantes y, sobre todo, que la conducta adictiva interfiera gravemente con el desempeño de la vida cotidiana de la persona o le cause deterioro en las esferas laboral, social o recreativas de su vida.** (Echeburúa, 1999)

2. LA ADICCIÓN A LAS COMPRAS

La adicción a las compras es un patrón desadaptativo de consumo en el que la persona sufre una pérdida de control sobre su conducta de compra adquiriendo objetos innecesarios o en cantidad excesiva que excede las posibilidades económicas del sujeto y que le lleva a situaciones de endeudamiento excesivo que no por ello hacen que frene su consumo

exacerbado. El placer, la gratificación que crea la dependencia viene derivado del hecho de comprar, no del objeto que se adquiere, el cual casi siempre es prescindible.

La compra adictiva suele presentar un **ciclo repetido**. La persona se encuentra en una situación de conflicto, con otras personas o consigo misma, que le provoca ansiedad y/o bajo estado de ánimo. Busca la evasión de esa sensación con lo que comienza a diseñar estrategias escapistas, la compra por ejemplo si esta fuera su adicción. Realiza la acción que le lleva a olvidarse del conflicto (comprar) que le proporciona una sensación de euforia y gratificación pero que remitirá pronto dando paso a la sensación de vacío (ya que el problema sigue sin resolverse), y sentimientos de soledad y de culpa por las consecuencias que derivarán de esa compra compulsiva. Para escapar de esta sensación desagradable, vuelve a repetir este patrón afianzándose así la dependencia.

La prevalencia de esta adicción en la sociedad está entre el 1 y el 5% de la población general, en 4 mujeres por cada hombre. El problema, con entidad clínica comienza a presentarse en torno a los 30 años aunque es habitual que antes se diera un patrón de conducta evasiva. Es una adicción que se da habitualmente más en las mujeres que en los hombres ya que sobre éstas la presión social sobre la imagen es mayor y en las funciones otorgadas a su rol es más habitual la de la compra que en las asignadas al rol masculino. Sin embargo, los objetos que tienden a comprar hombres y mujeres adictos son bastante diferentes. Las mujeres adquieren ropa, cosméticos, lencería, joyas, muebles, alimentos y regalos para otras personas, los hombres, material informático, videos y accesorios para el automóvil.

¿Existe un tipo de personalidad que predisponga a la adicción? En realidad, esta sociedad ejerce una fuerte presión sobre la imagen social y presenta multitud de productos objeto de consumo con cada vez mayor accesibilidad, no en vano la denominamos sociedad de consumo. Por ello la vulnerabilidad tiene que ser cada vez menor para que se presente esta patología, sin embargo, hay algunos rasgos de personalidad que predisponen a la persona a padecer cualquier tipo de adicción. Las adicciones se presentan en personas con *baja autoestima, notables dificultades de adaptación a la realidad que se le presenta, baja tolerancia a la frustración, necesidad de gratificación inmediata, búsqueda de fuertes sensaciones, tendencia al descontrol de impulsos, tendencia a evadir conflictos y marcada incapacidad para pedir ayuda.*

Muchas de las adicciones se presentan en bidependencia, es decir, acompañadas de otras. Por ejemplo, es muy habitual que la adicción a la cocaína venga en asociación de la dependencia o abuso del alcohol, que la adicción al móvil y al trabajo vayan juntas o que se simultaneen los trastornos de la conducta alimentaria con consumo patológico de alcohol, cannabis y/o cocaína.

La adicción a las compras, en concreto, se presenta a menudo acompañada de un Trastorno de la Conducta Alimentaria, en fase Bulimia Nerviosa habitualmente, además de un Trastorno Límite de la Personalidad de base y con presencia de cleptomanía en algunos momentos de la adicción.

No olvidemos tampoco que una de las dependencias de mayor virulencia, que se da en muchas de las mujeres con otras adicciones mencionadas anteriormente y que está siendo estudiada con mucho interés en la actualidad, es la **Dependencia Sentimental**, la tendencia a establecer relaciones (normalmente de pareja) simbióticas y fuertemente fusionadas que presentan el mismo craving (necesidad exacerbada de la otra persona) y síndrome de abstinencia, equiparables a cualquier otra adicción.

3. EL TRATAMIENTO

¿Qué hacer cuando se cree que alguien de nuestro entorno o nosotros mismos padece este problema? Cuando se detecta esta patología es necesario acudir a un profesional especialista en adicciones. Es muy importante que la **red social** que sostiene al paciente colabore, si es posible, en la terapia ya que ésta es una patología que afecta a la capacidad de elección y a la libertad de la persona. Utiliza como mecanismos de defensa la negación y el autoengaño, por lo que es frecuente que estas personas mientan u oculten a su entorno el problema que les aqueja.

Un tratamiento correcto debe tener dos dimensiones, la primera, la que atañe a la conducta de comprar que debe ser controlada y acompañada por las personas del entorno que colaboren en el tratamiento y la segunda vertiente debe hacer frente a las **situaciones ansiógenas** que precipitan la adicción. *Conflictos interpersonales, frágil autoestima, autoconcepto centrado en el “tengo, luego existo”, falta de asertividad, etc.*, situaciones que se deben trabajar en terapia entrenando al paciente para su comprensión, afrontamiento y resolución.

En algunos casos la adicción a las compras puede necesitar apoyo farmacológico de manera temporal. Los psicofármacos que se utilizan habitualmente son los antidepresivos con efecto ansiolítico (IRS...), y, en ocasiones estabilizadores de estado de ánimo.

Es necesario además reestablecer pautas generales de **higiene vital** como son crear rutinas de horarios más o menos estables en los que se respeten las siete u ocho *horas de sueño, la realización de ejercicio físico de manera cotidiana y la dedicación a las relaciones sociales en general pero, sobre todo, a las relaciones con un grado importante de intimidad y confianza*, es decir, no sólo tener un número importante de relaciones sino que algunas de éstas sean de calidad.

Si es posible, el tratamiento en **terapia grupal**, dirigido y coordinado por un profesional experto, no en forma de grupos de autoayuda ya que es muy habitual el contagio de síntomas, se ha demostrado altamente eficaz.

4. LA PREVENCIÓN

Como se señalaba en la introducción, los valores que rigen la sociedad occidental de nuestra época, y el modo de vida normativo facilitan la prevalencia de este tipo de adicciones llamadas sociales, como en otras épocas, con otros valores imperantes, estaban más presentes otras patologías. En el punto anterior, se esbozaron algunas pinceladas para un tratamiento psicoterapéutico eficaz. No nos contentaremos con tratar la patología si ésta aparece sino que es interesante también proponernos prevenir su aparición.

Son varias las medidas que se pueden tomar desde los diferentes agentes educativos que inciden sobre nuestra infancia y juventud: la familia, la escuela, los medios de comunicación... y desde todos ellos se pueden realizar políticas que reduzcan el impacto del bombardeo de la publicidad que pretende, en la búsqueda de sus máximos beneficios, convertirnos en sujetos, que se definen como tal a través de su consumo.

Algunas de las costumbres que se podrían introducir o empezar a cambiar son, por ejemplo, *no asociar ocio con consumir*, acto muy habitual ya que uno de los lugares de ocio más recurrente son los centros comerciales y grandes superficies. Se debe empezar a romper el binomio *éxito=adquisición de mayor número de objetos*, y, en la misma línea intentar que la manera de *premiar* a nuestros hijos o educandos no sea *siempre a través de lo material* sino que se puedan utilizar otros reforzadores como el reconocimiento social o la realización de actividades gratificantes por las que no sea necesario pagar. Es también imperante en nuestra sociedad educar en la *posposición de gratificaciones y en la tolerancia a la frustración*. Son cada vez más comunes las patologías asociadas a descontrol de impulsos puesto que los menores de nuestra civilización no están acostumbrados a oír un *no* por respuesta o a obtener un *beneficio a*

medio-largo plazo por el que haya que ejercer un esfuerzo continuado, a veces sin gratificación inmediata y prepara a nuestros jóvenes, para afrontar las demandas del rol adulto el entrenarse en motivarse con objetivos a largo plazo.

Cuando haya que comprar, ya que es una actividad cotidiana en nuestras vidas, es conveniente *no ir con un estado de ánimo disfórico o ansioso*, acostumbrarse a realizar una *"lista de la compra"* antes de salir de casa, establecer la costumbre de crear *presupuestos* en los que cada persona, independientemente de su poder adquisitivo, distribuya racionalmente los gastos que presupone que tendrá en el mes o meses posteriores y que sea capaz de *ahorrar* para poder hacer frente a gastos mayores o inesperados.



Además de lo anterior hay que tener en cuenta que la detección precoz de cualquier patología augura mejores resultados en su tratamiento.