

Compra compulsiva

El autocontrol nos hace más libres

Es una adicción en toda regla, más común de lo que pudiera pensarse

La compra compulsiva, que consiste en el afán desmedido, incontrolado y recurrente por adquirir cosas, no es un fenómeno exclusivo de fechas como la Navidad, en las que la insistencia de la publicidad comercial y la tradición consumista podrían explicar un cierto aumento de los gastos. Es una adicción en toda regla que, si bien en su máxima expresión afecta a poca gente, es más común de lo que pudiera pensarse. Es la consecuencia de un impulso irreprimible, un acto poco consciente del que después nos arrepentimos, porque compramos cosas poco útiles o gastamos más de lo que podemos.

Una reacción inadecuada. “Me siento deprimida”, “estoy angustiada”, “me falta el aire, tengo que salir”: tras estas y otras sentencias similares salimos de compras, con la convicción de que gastar aliviará nuestra ansiedad o disgusto. Sentimientos de tristeza, rabia, incompreensión, desatención y soledad, encuentran su vía de escape en la compra de artículos muchas veces no necesarios que nos

aportan satisfacción en el momento de su adquisición. Comprando nos sentimos vivos, en cierto modo importantes, y saciamos el vacío que causan la soledad, el tedio, las tensiones y problemas, los disgustos o la incompreensión. Intentando mitigar el dolor, canalizamos nuestro enfado hacia la compra y posesión del objeto. La falta de sentido de nuestra vida, el percibirnos inútiles o innecesarios, la tristeza, la apatía, el aburrimiento, una frustración o desengaño, activan en algunas personas



el deseo de comprar objetos cuya adquisición no es del todo justificable. Cuando este banal propósito se convierte en costumbre, en necesidad irreprimible, surge el problema.

Compulsión, qué es. La impulsividad y la ansiedad caracterizan la compulsión, que responde a una insatisfacción vital intensa, a la carencia de alicientes o estímulos en nuestra rutina diaria, a la ausencia de actitud crítica y a un alto grado de credulidad y vulnerabilidad ante una publicidad comercial que identifica felicidad, seguridad en uno mismo y bienestar emocional con consumo. Intervienen también otros factores, como el deseo de estimulación social o interés por los lugares donde se congregan muchas personas, y la inseguridad respecto al propio atractivo físico. La desvalorización y déficit de la autoestima también pueden estar detrás de este consumo irracional.

En los ochenta cuando se convierte en poco menos que una enfermedad social, que alcanza a todo tipo de personas. La mayor vulnerabilidad de los

Nos hallamos en situación de alarma si...

- Cuando nos sentimos tristes, deprimidos o enojados, lo único que nos calma es ir de compras
- Compramos con frecuencia cosas poco útiles, que después nos arrepentimos de haber adquirido.
- Tenemos la casa llena de artículos que no hemos usado o que nos resultan inservibles.
- Nos precipitamos a la hora de comprar, porque no podemos controlar nuestros impulsos
- Del entorno familiar y de amigos nos llegan mensajes críticos con nuestra desmedida afición a comprar.
- Aun a pesar de haber comprado muchas cosas o haber realizado un gran gasto, nos sentimos insatisfechos cuando reflexionamos en casa sobre los objetos adquiridos.
- Vemos que se nos va el dinero sin darnos cuenta, y a menudo gastado el dinero totalmente.
- Cuando vemos algo que nos gusta, no paramos hasta comprarlo.,
- Adquirimos productos “mi-lagro” que intuimos o sabemos inútiles.
- Cuando recibimos el extracto, nos sorprende sobremedera la cantidad e importe de las compras que hemos hecho.
- Nuestro tiempo libre lo dedicamos preferentemente a visitar los centros comerciales o ir de escaparate en escaparate.

jóvenes podría deberse a que en la adolescencia resulta más difícil controlar los impulsos. Los jóvenes consumidores gustan de frecuentar los centros comerciales y sienten el deseo permanente de ir de compras y adquirir cosas nuevas. En realidad, este comportamiento es el resultado de la insatisfacción personal, de la sensación de tedio y la falta de autocontrol así como de la ausencia de alicientes, de estrategias de gestión del tiempo libre y de la escasa responsabilidad en el ámbito económico. Además, en los jóvenes se añade su mayor vulnerabilidad ante los mensajes publicitarios, en una etapa vital muy cambiante y marcada por la inestabilidad personal.

Los adictos a la compra sin ton ni son reconocen ver televisión en una proporción que duplica a la de la población no afectada por la compra compulsiva.

Por qué hablamos de adicción. Una conducta sólo se considera adicción cuando el individuo presenta estos tres rasgos: tolerancia (necesidad de consumir cada vez más para lograr la misma emoción), síndrome de abstinencia (cuando no se puede

Quando el comprar se convierte en necesidad irreprimible, surge el problema

satisfacer la adicción) y pérdida del control (incapacidad de frenar en el consumo). La compra compulsiva -al menos, en sus manifestaciones más extremas- reúne todas estas características: la voluntad del afectado es casi nula, la satisfacción por la compra realizada deviene efímera y se entra en una espiral de la que difícilmente se puede salir sin la ayuda de un especialista.

De todos modos, maticemos: no conviene resolver situaciones de ansiedad comprando cosas poco necesarias o que desequilibran nuestro presupuesto, pero no hay por qué renunciar a comprar lo que nos depara satisfacción si mantenemos el control sobre esta actividad.

Soy un comprador compulsivo. ¿Qué puedo hacer?

- > Piense qué quiere, qué le pasa, cómo se encuentra y busque qué alternativa existe, distinta de la de ir de compras. Recupere viejas aficiones o incorpore nuevas, y cultive sus amistades.
- > Hable de su problema con personas de su entorno o con aquellas que lo hayan superado.
- > Antes de salir de compras, redacte minuciosamente una lista con el propósito firme de no salirse de ella. Cada nuevo producto debe tener su propia justificación.
- > Compre con dinero en metálico y deje su tarjeta de crédito en casa.
- > Antes de comprar algo, piense en la utilidad que va a darle y si no la tiene, desista de su intención inicial.
- > Revise semanalmente la marcha de su economía, el listado de gastos y en qué se han producido. Subraye en rojo los gastos inútiles o poco justificados.
- > Si algo le gusta, no lo compre de inmediato, concédase unos días, coméntelo con alguien y, posteriormente, decida.
- > Si está convencido-a de que no puede superar su adicción o ha fracasado en varios intentos, acuda al psicólogo.
- > La empresa no es fácil, pero recuerde que cada vez que controlamos impulsos irracionales que nos perjudican y los vencemos, hemos conseguido una victoria que nos hace más libres. Las adicciones nada tienen de bueno y cuando las vencemos a base de inteligencia, voluntad y esfuerzo, reafirmamos nuestra personalidad y mejoramos nuestro equilibrio emocional y calidad de vida.

