

Las compras como factor adictivo

De los estantes de la tienda al diván

- ▶ Entre un 3% y un 7% de la población sufre adicción a las compras, la mayoría mujeres
- ▶ Estos casos son cada vez más frecuentes en las consultas de los psicólogos gallegos

ÁGATHA DE SANTOS ■ Vigo

Niveles elevados de ansiedad, euforia, pensamientos obsesivos, sensación de culpa y remordimientos y necesidad de mentir para encubrirse son algunas de las señales que advierten de que comprar ha pasado de ser una necesidad o en una actividad lúdica a una conducta patológica que no se puede controlar. Es lo que se conoce como compra compulsiva, adicción a las compras u oniomanía, un síndrome que padecen más mujeres que hombres, y que es cada vez más frecuente en las consultas de los psicólogos gallegos.

La forma de abordar este síndrome es el mismo que la de cualquier otra adicción y uno de los principales factores para superarla es que el paciente tenga conciencia de que tiene un problema. Pero como también sucede en otras adicciones, la conciencia del problema tarda en llegar.

Sin embargo, el síndrome de las compras adictivas tiene un problema añadido y es que todos necesitamos comprar. Por ello, esta patología también resulta difícil de descubrir por quienes conviven con quien la padece, ya que desde fuera no hay diferencias entre la compra normal y la compulsiva.

Entonces, ¿cómo se puede saber si una persona es adicta a las compras? La intensidad, la frecuencia y la duración son los tres criterios que se manejan para diferenciar a una persona que compra ya sea porque necesita adquirir unos artículos determinados o como actividad lúdica de quien lo hace para satisfacer un impulso incontrolable por comprar, acompañado de una sensación de euforia.

"Tenemos que tener en cuenta que al principio es una conducta normal. Todos vamos de compras todos los días. ¿Cuándo se convierte en una conducta obsesiva? Cuando perdemos el control sobre la acción de comprar, y experimentamos sensaciones negativas como culpa o arrepentimiento y consecuencias familiares y laborales derivadas de esta conducta", explica Alejandra Fernández Rodríguez, vicesecretaria de la junta de Gobierno del Colexio Oficial de Psicología de Galicia (COPG).

Las temporadas de rebajas y otras acciones comerciales como el Black Friday, el Single Day o las liquidaciones por stock que los establecimientos ponen en marcha para incendiar el consumo suelen ser una buena oportunidad para adquirir artículos a un buen precio, pero también pueden ser una trampa para quienes tienen adicción a las compras. Aunque no es la única. Interne se perfila como un gran desafío para aquellas personas con adicción.

"La publicidad, las rebajas y las promociones influyen en la adicción



CLAVES

1 ¿Qué es?

La adicción a las compras, síndrome de compra compulsiva u oniomanía es un impulso incontrolable por comprar, que se acompaña de una euforia excesiva.

2 Síntomas

Altos niveles de ansiedad, euforia, pensamientos obsesivos, sensación de culpa, irritabilidad, y necesidad de mentir para seguir comprando.

3 Perfil

Mujer, de entre 20 y 30 años. Se entiende que existe adicción cuando ha tenido 10 episodios de compras al mes al menos durante seis meses. Se calcula que entre un 3% y un 7% de la población general lo padece.



ALEJANDRA FERNÁNDEZ
PSICÓLOGA

"Por su accesibilidad, la compra 'online' es la que más influye en la compra patológica"

a las comprar, aunque ahora tenemos que tener en cuenta otro factor más reciente: la compra online, que además lo hace complicar mucho porque es una compra que se hace de forma privada desde casa y sin relacionarse con nadie, y que además está disponible las veinticuatro ho-

ras del día. Si tienes un impulso de comprar por la noche, puedes levantarte, ir a internet y comprar. Creo que en la compra patológica influye mucho más este método de compra que el convencional", asegura la doctora Fernández Rodríguez.

Según la psicóloga gallega, se calcula que la prevalencia del síndrome de compra compulsiva es de entre un 3 y un 7% de la población. "Es un problema que todavía no llega a las consultas como sería necesario, probablemente por la sensación que tienen quienes lo padecen de no es algo serio, hasta que comienza a influir de manera negativa en la vida cotidiana", explica.

La media de edad se sitúa entre los 20 y los 30 años, y las mujeres están más expuestas que los hombres. "La publicidad que se hace influye mucho en este tipo de adicción y esta está dirigida fundamentalmente a las mujeres, a no ser que se trate de compras más específicas, como tecnología o artículos de mayor peso como los coches y motos. También

tradicionalmente se nos ha asociado a la compra de la mayor parte de las cosas de casa y personales", explica la psicóloga.

Para superar esta adicción, primero tiene que haber un deseo por parte del paciente de querer cambiar. Una vez que decide hacerle frente, hay que evitar las situaciones de riesgo, como ir a centros comerciales, por ejemplo, y planificar las compras: qué se quiere comprar y cuánto se desea comprar. Es mejor que vaya acompañado de un familiar o amigo para evitar que se deje llevar por los impulsos y no se debe salir a comprar nunca si el estado de ánimo es bajo. Si se ve algún artículo que no se tenía previsto comprar, hay que posponer la compra para ver si la necesidad desaparece. "El paciente necesita recuperar el control, algo para lo que la ayuda de la familia es muy importante", afirma. También lo es atajar el problema en sus primeros estadios. "Cuando más se prolongue en el tiempo, más riesgo hay de que se cronifique", advierte.

De la euforia a la sensación de culpabilidad

Un adicto a las compras pasa por distintos estados de ánimo desde que siente la necesidad de comprar hasta que lo hace. Es habitual que comience experimentando una tensión y una excitación excesivas ante la idea de comprar, y un sentimiento de urgencia por hacerlo. No puede dejarlo para más adelante; tiene que satisfacerlo al momento.

En el momento de la compra, siente placer o alivio, y aparece una euforia excesiva. Sin embargo, no disfruta de aquello que ha comprado y normalmente expe-

rimenta sentimientos de culpabilidad. De hecho, es normal que devuelvan lo que ha comprado, lo regale o lo guarde sin llegar a estrenarlo.

El adicto siente la necesidad de comprar varias veces a la semana. Según los expertos, si una persona tiene diez episodios de compra intensa e incontrolada al mes durante al menos seis meses, puede decirse que es adicta.

En el caso de que la persona sienta el impulso de comprar y no pueda hacerlo en ese momento, puede tener sentimientos de

presivos de vacío, irritabilidad y nerviosismo por haberse visto privada de esa actividad. "Las compras irán ocupando cada vez más parte de su tiempo, interfiriendo en los distintos ámbitos de su vida, ya que descuidará otras actividades y obligaciones", explica la doctora Alejandra Fernández Rodríguez. Esto, a su vez, generará conflictos con la pareja, familia y amigos, e incluso económicos y laborales. Para poder continuar comprando, mentirá sobre el tiempo y el dinero empleados en las compras.

Sanidad alerta de la presencia de estramonio en conservas de acelgas de la marca Ybarra

AGENCIAS ■ Madrid

La Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición (Aecosan) alertó ayer de la presencia de estramonio en un lote de acelgas en conserva, de la marca Ybarra, que provocó la intoxicación de dos personas en la Comunidad de Madrid, que evolucionan favorablemente. Según la alerta de la Aecosan, organismo dependiente del Ministerio de Sanidad, "el producto implicado es Acelgas, marca Ybarra, conserva envasada en frasco de cristal, peso neto 660 g y peso escurrido 425 g. El número de lote que se está retirando es el 18023. Los productos, en principio, no se han distribuido en Galicia. Grupo Ybarra Alimentación subrayó ayer que ya retiró todas las unidades del lote de acelgas supuestamente contaminadas por la planta estramonio y llamó a la tranquilidad.



Enrique Urcola. // FdV

Enrique Urcola, nuevo decano del Colegio de Caminos de Galicia

Enrique Urcola Fernández-Miranda es el nuevo decano del Colegio de Caminos, Canales y Puertos de Galicia, cargo que desempeñará durante los próximos cuatro años. El nuevo decano tabajará por el reconocimiento de los ingenieros de Caminos y reclama la necesidad de panificación, proyectos y construcción de infraestructuras sostenibles debido al cambio climático.

La Universidad de Navarra, la octava de Europa en docencia

La Universidad de Navarra es la primera de España y la octava de Europa en docencia, según el último "Times Higher Education Ranking". Esta institución destaca la relación que tienen los profesores con sus alumnos y la formación que imparten. Encabezan esta lista seis universidades británicas, entre ellas las de Oxford y Cambridge, y la de la Sorbona en Francia.