

Gli acquisti d'impulso li facciamo tutti. Ma c'è chi non riesce a farne a meno. Anche quando non ci sono i soldi. Cose e oggetti che riempiono un vuoto solo per poco

# I LOVE shopping

*servizio di Sonia Rita Pianá, psicologa e psicoterapeuta*

**C**omprare quel paio di scarpe che a lungo abbiamo ammirato nella vetrina, acquistare il vestito in saldo, cogliendo un'occasione imperdibile. Sono gesti quotidiani, che spesso ci gratificano da una giornata stancante o da un momento "no".

Ma cosa succede quando fare shopping non è più un piacere, ma un vero e proprio impulso irrefrenabile? Ci troviamo di fronte al cosiddetto shopping compulsivo: un disturbo psicologico e comportamentale, caratterizzato dalla tendenza a manifestare continui e improvvisi bisogni trascendenti di acquisto.

## Ansia e frustrazione

Potremmo dire che oggi questo disturbo è altamente incoraggiato dai mass media, con le loro martellanti campagne pubblicitarie, sempre più sottili e persuasive, anche a livello psicologico.

Lungi dalla normale abitudine consumistica della nostra società, la dipendenza da shopping si verifica quando vengono soddisfatte tutte queste condizioni:

- gli acquisti si ripetono più volte in una settimana;
- le spese sono eccessive rispetto alle proprie possibilità economiche;
- comprare è un impulso irrefrenabile, non importa cosa si compra;
- il mancato acquisto crea profonde crisi di ansia e frustrazione.

Lo shopping compulsivo è stato descritto per la prima volta da Kraepelin nel 1915 come "mania di comprare" o "oniomania". In seguito Bleuler (1924) l'ha elencata tra gli "impulsi reattivi".

## Un impulso irrefrenabile

Chi è affetto da shopping compulsivo cerca, attraverso l'acquisto, di placare la propria ansia e, talora, anche stati

depressivi. L'atto del comprare è un vero bisogno, un impulso irrefrenabile. La felicità, il senso di potere e di sollievo che lo shopper sente dopo gli acquisti, va a colmare un vuoto di relazioni, sentimenti e autostima che il soggetto sta vivendo in quel particolare periodo della propria vita o che soffre da anni.

Ci si convince che comprare quell'oggetto possa essere un vero affare e se non lo si acquista, ci si potrebbe pentire in seguito. I più esposti a questa linea di comportamento sono le persone che si sentono sole, con scarsa autostima, insoddisfatte, con personalità narcisistiche, istrioniche. La maggior parte sono immature, non hanno progetti, non riescono a pianificare e ciò comporta anche problemi finanziari. All'inizio si compra per piacere, poi diventa una tensione crescente e il desiderio diventa un bisogno, anche in presenza di impossibilità economica. L'atto dell'acquisto riempie, ma il sollievo è di breve durata.

**Quando comprare diventa una dipendenza si rischia molto, se non si affronta il problema seriamente**

## Scarpe, profumi e tecnologia come surrogati affettivi

**P**otremmo dire che la dipendenza dallo shopping è, per certi versi, paragonabile a quella da sostanze, in entrambe le patologie assistiamo a fenomeni di:

➤ **craving**, incapacità a controllare;

➤ **tolleranza**, cioè il bisogno di aumentare progressivamente le dosi, quindi la

quantità di oggetti da comprare, il denaro speso e il tempo da dedicare agli acquisti;

➤ **astinenza**, se si smette si sta male.

Secondo alcune ricerche sembra che, oltre alle cause psicologiche, vi sia anche una base neurobiologica della malattia. Gli psichiatri considera-

no lo shopping compulsivo come una manifestazione del cattivo funzionamento dell'attività della serotonina, che provoca l'esigenza di soddisfare un bisogno irrefrenabile. L'aspetto più preoccupante è senza dubbio il grave riflesso sulla vita sociale, lavorativa, familiare e coniugale che questa dipendenza causa.

Per non parlare dei problemi economici cui si va incontro. È possibile liberarsi da questa schiavitù attraverso una psicoterapia, che tenga sotto controllo i comportamenti problematici e li faccia sparire gradualmente nel tempo con un processo rieducativo e di consapevolezza del malessere che si sta vivendo.



## I sintomi esplodono più in là con gli anni

**G**ià nell'adolescenza, generalmente, si presentano i primi segnali, che però esplodono per lo più nel momento della maturità sociale, quando l'individuo ha una propria disponibilità economica e la conseguente capacità di acquisto.

● Il profilo tipico dello "shopping addicted" corrisponde a una donna appartenente a una fascia sociale media, di circa 40 anni. Gli oggetti del desiderio sono per lo più cosmetici, abbigliamento e articoli per la casa.

● Anche gli uomini soffrono della dipendenza da shopping e anche se acquistano prodotti legati alla cura del corpo, come abbigliamento o attrezzature sportive, sembrano ancora più propensi a cercare prestigio sociale, attraverso i suoi simboli tipici: automobili o strumenti tecnologici, come computer e impianti audio-video.

