

IL DOMINIO DELL' AVERE SULL' ESSERE

Il perché dello shopping compulsivo

SHOPPING



Psicologa

Dott.ssa Laura Cantarella,
Psicologa,
Psicoterapeuta Gruppoanalista,
Esperta in disturbi compulsivi,
d'ansia e dell'umore



Con shopping compulsivo si definisce "un intenso bisogno compulsivo di acquistare oggetti, anche non necessari, pur di scaricare una tensione irresistibile". L'atto di acquistare determina un sollievo che ha tuttavia un'efficacia solo momentanea, e la tensione ricompare poco tempo dopo. L'azione, vissuta dapprima come liberatoria, è spesso seguita da un senso di colpa, sensazione d'inadeguatezza, difficoltà a sopportare le frustrazioni, perdita della capacità di controllo. In virtù del suo profondo legame con il consumismo sfrenato, è stato anche definito eccessoressia. Gli oggetti acquistati sono spesso inutili e il fatto che il più delle volte sono messi da parte o regalati può far capire come servono principalmente a riempire un vuoto di sentimenti positivi e di autostima nel soggetto. Vari terapeuti fanno rilevare che queste persone sono spesso ansiose, depresse, mortificate dai

senso di colpa e con un basso livello di autostima. Al primo posto tra gli oggetti acquistati, per le donne, ci sono i capi d'abbigliamento, seguiti da cosmetici, scarpe e gioielli - oggetti riconducibili all'immagine, mentre per l'uomo sono preferiti i simboli di potere e prestigio come telefonini, computer portatili, spesso riconducibili ai loro sogni professionali o sociali più alti e illusori. Lo shopping compulsivo causa quindi problemi espressivi quali stress, interferenze con il funzionamento sociale e lavorativo, disagi familiari e coniugali e gravi problemi finanziari. Secondo alcuni psichiatri, lo shopping compulsivo sarebbe una manifestazione dovuta a un cattivo funzionamento dell'azione della serotonina, ossia una sostanza prodotta dal cervello che causerebbe un mancato controllo dell'impulsività e di conseguenza, lo stimolo a soddisfare immediatamente un



bisogno irresistibile. La tendenza a promuovere l'acquisto da parte della pubblicità, negli anni sempre maggiore, ha convinto molti individui che il possesso di un prodotto sia sinonimo di benessere interno ed esterno e dunque di felicità. Pertanto l'idea illusoria è che per recuperare la

felicità perduta sia necessario uscire e comprare. La tendenza è di comprare in particolare oggetti inutili e non indispensabili, e addirittura senza seguire i propri gusti e senza tener conto delle proprie disponibilità finanziarie. Il comportamento è mantenuto nonostante le

gravi conseguenze personali ed economiche. Pensando ai vissuti psicologici, posso dire che durante gli episodi vengono descritti sempre degli intensi, e talvolta contraddittori, stati emotivi che in alcuni casi vengono collegati a fattori esterni, come le proprietà del prodotto, e in altri a sensazioni interiori.

SALUTE Psicologa

