

Índice

0. PRÓLOGO	9
I. LA ADICCIÓN A LAS COMPRAS Y LA NATURALEZA ACTUAL DEL CONSUMO	13
1. Una panorámica de la compra excesiva para una mejor comprensión del consumidor del siglo XXI. <i>Irene García Ureta y Elena Olabarri Fernández</i>	15
2. ¿Cómo y por qué se desarrollan las adicciones sin drogas? <i>Enrique Echeburúa Odriozola, Paz de Corral Gargallo y Pedro J. Amor Andrés</i>	31
3. I shop therefore I am: excessive buying and the search for self. <i>Helga Dittmar</i>	47
4. Diferencias entre la compra por impulso y la compra patológica. <i>Roberto Luna Arocas</i>	65
5. Antecedentes y consecuencias de la adicción a las compras. <i>M.ª Teresa de Lucas y Francisco Montañés</i>	89
6. Endeudamiento y sobreendeudamiento. El caso de las familias vascas. <i>M.ª Jesús Egido y Iñaki García Arrizabalaga</i>	121
7. La adicción a la compra: evaluación y tratamiento. <i>Rafael Rodríguez Villarino, José Manuel Otero y Rosa M.ª Rodríguez Castro</i>	137
8. Women and addictive buying: the gender question revisited. <i>Lucia Reisch</i>	169
II. PERSPECTIVAS DESDE LA PRÁCTICA CLÍNICA, LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES Y LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	197
9. Experiencias de trabajo en la prevención y tratamiento de la adicción al consumo. <i>Javier Garcés</i>	199
10. For a better understanding of addiction, particularly «buying addiction». <i>Martin Gutermuth</i>	223
III. COMUNICACIONES	239
11. Consumiendo belleza y emociones. El papel de la actitud hacia la ropa y la imagen corporal. <i>Mariel Ferrari y Roberto Luna-Arocas</i> ..	241
12. La búsqueda del cuerpo ideal a través del consumo del deporte. <i>Amalia Romá y Roberto Luna-Arocas</i>	259