

Los desconcertantes residuos de la mágica sociedad de consumo: Caso Nápoles.

Rafael Eduardo Bacca Contreras¹

Resumen

Pretendemos realizar una aproximación a lo que pareciera que mejor caracteriza, de forma negativa, a la sociedad de consumo: sus desechos. Para esto exponemos, *grosso modo*, el cambio de una “sociedad de productores” a una “de consumidores” y presentamos algunos de los factores esenciales para que la denominada sociedad de consumo triunfara y cobijara a grandes masas. Luego, abordamos el relacionamiento del consumidor y el entorno que exige para su estilo de vida; limpieza, predecibilidad, racionalidad, etc., entre otras requerimientos para su despliegue. Así entonces, intentamos relacionar los disfrutes del estilo de vida consumista con algunas consecuencias ambientales: lugares condenados o víctimas de las basuras de los altos niveles de producción y consumo. En este sentido, un caso de “emergencia de residuos”, como el ocurrido en Nápoles en 2008, nos permite aproximarnos material y simbólicamente al análisis. Por último, en los comentarios finales se da paso sucintamente a nuevas formas de desarrollo que contraponen a la sociedad de consumo como inevitable.

Palabras clave: consumidores, residuos, Nápoles, Leonia y medio ambiente.

Summary

We intend to make an approximation to what seems to be the most negative character of the consumer society: its waste. For this we expose, roughly speaking, the change from a "producer society" to a "consumer society" and present some of the essential factors for the so-called consumer society to triumph and shelter large masses. Then, we approach the relationship of the consumer and the environment that demands for their lifestyle; Cleanliness, predictability, rationality, etc., among other requirements for its deployment. Thus, we try to relate the enjoyments of the consumer lifestyle with some environmental consequences: condemned places or victims of garbage from high levels of production and consumption. In this sense, a case of "waste emergency", as happened in Naples in 2008, allows us to approach materially and symbolically to the analysis. Finally, the final comments give succinctly to new forms of development that oppose consumer society as inevitable.

Keywords: Consumers, waste, Naples, Leonia and the environment.

¹ Eje: “Sociología del hábitat y el medio ambiente”. Mesa: “La cuestión ambiental en debate. Discusiones en torno a la relación Sociedad-Naturaleza”. Estudiante de la Maestría en Ciencias Sociales de la UNLP. Email: rafaelbacca08@gmail.com.

Introducción

El asentamiento de la denominada “sociedad de consumo” precisa de exigentes requisitos tanto para sus moradores como para el ambiente en que se desarrolla. Los *normales* consumidores *deben* tener méritos para mantenerse en el escalafón y el espacio *debe* propender por asegurar condiciones seguras para su desenvolvimiento. Es decir, debe cumplir con ciertos registros de racionalidad para dar pasos a que las nuevas mercancías no se choquen con las antiguas, que la asepsia sea protagonista y no los desechos generados de lo consumido.

No obstante, a pesar que la sociedad de consumo no cobija a la gran mayoría de las poblaciones de los llamados “países desarrollados” (aunque a mediados del siglo pasado su estancia fue bastante democrática), y menos a los de “en vía de desarrollo” (en los que en los últimos años se ha robustecido la clase media en los países latinoamericanos por ejemplo), las implicaciones ecológicas negativas que han tenido y pueden acontecer no son de encubrir. Los daños al medio ambiente por algunas empresas con ánimos productivistas desenfrenados derivan en graves daños al medio ambiente. De igual forma, el dilema de qué tipo de ciudad puede hacer frente a los retos de una vida consumista todavía es controversial. Pareciera que ni los agraciados consumidores quieren ceder terreno en sus disfrutes, ni los más afectados por estas consecuencias pretender o pueden cambiar las situaciones. Puede ser que pese más la imitación, la esperanza de acreditarse en la sociedad de consumo que la de cambiar el modelo productivista y consumista. Podemos pensarlo así. Aunque también es posible que sean los hechos más chocantes (como el presentado aquí, el de Nápoles) quienes hagan tomar conciencia de la inviabilidad del mundo consumista; en tanto los recursos del planeta son limitados, en contraposición a las pretensiones de infinitud del mundo consumista.

En el presente texto se quiere, más que sentenciar una o la otra cosa, exteriorizar las ambivalencias de una de las caras más protagónicas de la contemporaneidad: las repercusiones más nefastas de la sociedad de consumo parecen mejor vistas desde los lentes del posconsumo que del consumo mismo. Sin embargo, no queremos tender al fatalismo, aunque nos enfocamos en las condiciones de posibilidad de la sociedad consumista y una de sus tragedias, los retos para enfrentar sus residuos van desde moderaciones en la demanda y en la oferta, hasta cambios profundos en los estilos de vida. En esta perspectiva, el caso en Nápoles se nos puede presentar como ejemplo de “tragedia pedagógica” en el mundo del consumismo, pero también como apertura al debate de la viabilidad o no de los estilos de vida contemporáneos.

Aproximación a la sociedad de consumidores

I

Países de la cultura Occidental (en especial países como Estados Unidos, Inglaterra, Francia, entre otros) respondían a una vida de trabajo, de producción en el siglo XVIII. Se caracterizaban por ser una «sociedad de productores» (Bauman, 2007). El individuo de este tipo de sociedad estaba guiado por una fuerte confianza en sí mismo, su veredicto nacía del interior. Este hombre “Está preocupado por sus propios asuntos y, por lo tanto, le preocupa perder tiempo; por otro lado, al no perder tiempo evita una autopreocupación ansiosa. Además, su relación con la gente, incluyendo a sus hijos, se da a través de su necesidad permanente y caracterológicamente condicionada de ponerse a prueba y disciplinarse” (Riesman, 1971).

Este ponerse a prueba y disciplinarse está cimentado en la Reforma Luterana. El perseverante trabajo era agradecido por Dios y, al tener su gracia, el cupo entre los elegidos estaría más cerca. El espíritu incansablemente laborioso era bien aceptado y el ocio detestado (Weber, 2010). No obstante, con el ascenso de las sectas Calvinistas, esta ética transitaba al utilitarismo más permisivo: “Pero todas las máximas morales de [Benjamín] Franklin se utilizan en sentido utilitarista: la honradez es útil porque proporciona crédito; también lo proporcionan la puntualidad, la diligencia y la moderación y sólo por ello son virtudes” (Weber, 2010). Por ende, pronto tantas virtudes desembocaron en ingentes riquezas para los protestantes más férreos.

En el mismo sentido, la prueba divina radicaba en utilizar el tiempo óptimamente. Los aspectos inútiles o no productivos debían desecharse. La percepción del tiempo se transforma en «tiempo de necesidad». Por tal razón, un virtuoso aprovechamiento del tiempo aseguraba riqueza y estatus social. Es decir, “En esa época [sociedad de productores], un enorme volumen de posesiones sólidas, grandes, pesadas e inamovibles aseguraban un futuro promisorio y una inagotable fuente de confort, poder y estima personales” (Bauman, 2007).

Ahora bien, el paso a una «sociedad de consumidores» transforma los pilares mencionados². Por un lado, el individuo gobernado por su fuero interno, seguro de sus proyectos y receloso con su tiempo, pasa (sobre todo con el avance de los medios masivos de comunicación) a un estar más socializado, con dudas sobre si su dictamen es bien visto y más apacible con la opinión de los demás. En otras palabras, pasa de estar *dirigido* por sí mismo a estar *dirigido* por “los otros” o por “la opinión

² No obstante, nos parece preciso enunciar que, para Bauman, este paso deja entrever cierta radicalidad entre una sociedad y otra (de productores a consumidores), como si una estuviera opuesta o desligada de la otra. La transición la tomamos acá como una inclinación o cierto peso mayor de los móviles consumistas frente a los productivistas. Alejados de un sentido de tipos ideales, de purismos.

pública” (Riesman, 1971). La publicidad, por ejemplo, va a cumplir un papel muy importante para comunicar/persuadir el producto al potencial consumidor (Prat, 2005).

Así mismo, la férrea ética puritana de indigestarse con el aprovechamiento del ocio y de las riquezas emprende su oxidación, pasa a entregarse a los cantos de sirena del consumo exacerbado. “Podemos afirmar que la ética puritana, con todo lo que implica de sublimación, de superación y de supresión (de moral, en una palabra), asedia permanentemente el consumo y las necesidades. Esa ética es lo que impulsa desde el interior y le da su carácter compulsivo e ilimitado” (Baudrillard, 2009). El impulso que más pesa es el que está inducido por “ser alguien” en el mundo del consumo. Ahora bien, no cualquiera puede ser alguien ni lo es para una vez y para siempre, la carrera del consumo aborta individuos incapaces de mantener niveles adecuados para el mundo del consumo (Bauman, 2013). O, más radical aún, la autoexpulsión. Como el negociante que se lamentó: “No soy nada. Entiendan eso, nada. Gano 250.000 dólares por año, pero eso no es nada, y no soy nadie”. El estatus, entonces, despliega tribalmente sus mieles y la competencia por la posición social es de nunca acabar (Veblen, 1974).

De igual forma, el urgido tiempo de necesidad de los productores cede paso a un “tiempo de oportunidades, tiempo aleatorio, abierto en todo momento a la imprevisible irrupción de todo lo nuevo” (Bauman, 2007). La moral puritana que culpabilizaba el disfrute del cuerpo y los placeres de ocupar el tiempo en goces empezaba a ceder terreno. “Mientras los grandes almacenes contribuían a *desculpabilizar* el acto de comprar, el ir a tiendas, el «mirar escaparates» se convertía en una forma de ocupar el tiempo, un estilo de vida de las clases medias” (Lipovetsky, 2010). Este tiempo que *siempre* permite dar nacimiento a la moda se enfrenta con el de la disciplina de la labor, haciéndole rezagarse para percibir el tiempo laborado y de consumo como abiertos al cambio, flexible.

II

El correspondiente ensanchamiento de las clases medias en la segunda mitad del pasado siglo, gracias en buena parte a salarios más altos (y su reverso la deuda) y mejores condiciones materiales en virtud de los avances científicos y tecnológicos; además del particular caso en que el Estado propendía por el mejoramiento generalizado de las condiciones de vida: Estado de Bienestar, permitió una amplia demanda de nuevas mercancías (Alonso, 2005). Estas mejoras, entre otras, abrieron las puertas al consumo masivo (Hobsbawm, 2003). Si bien este consumo estandarizado tiene muchos matices, tanto a nivel de naciones como de clases, lo fundamental para nuestro texto es resaltar su carácter masivo: muchos podían disfrutar lo que antes muy pocos estaban habituados a presumir (Baudrillard, 2009).

Ahora bien, la sociedad de consumo, derrotado el generoso Estado de Bienestar y enfrentando algunas crisis más como la del setenta del petróleo, continuó su marcha al lado de nuevas clases medias (más ligadas al sector financiero y no tanto al industrial clásico) y tradicionales clases altas. La excesiva diversificación en las mercancías es particularidad de décadas más recientes (Lipovetsky, 2010). No obstante, las ansias de estatus y del *placentero* acto del consumo siguen dando frutos. Este aumento de la demanda, sobre todo desde la segunda mitad del siglo XX, ha sido correspondido tanto por nuevas tecnologías como por grandes centros de distribución: centros comerciales.

La distribución moderna conlleva la constitución de enormes tiendas-teatro en las que la masa consumidora pueda realizar prácticamente todas sus demandas de bienes de consumo masivo. Sus características distintivas son: la compra a gran escala, lo que permite una reducción sensible de los costes variables y un aumento del poder de negociación con respecto a sus proveedores; el libre servicio de los consumidores/as en el establecimiento; y la elevada tasa de rotación de stocks. (Fernandez, 2008).

La demanda masiva ha sido bien compensada por los denominados “templos del consumo”. La base material de países como Francia, Inglaterra y Estados Unidos se ha ampliado a niveles inusitados. Sin embargo, cabe acotar que la euforia por amplificar la vida material de clases medias y altas no ha sido gratuita. Por un lado, este desmedido consumo se ha hermanado con prácticas que tratan de equilibrar el goce espiritual: desde las denominadas religiones a-la-carta como la proliferación de ramificación de prácticas orientales como el yoga, entre otras, hasta el aumento en el consumo de psicotrópicos; la búsqueda de la felicidad en el consumo contemporáneo conlleva paradojas (Lipovetsky, 2010).

Por otro lado, ha comportado graves implicaciones ecológicas a nivel planetario. El regocijo de adquirir la novedosa mercancía cada moda o en virtud al aviso publicitario o cambiar de electrodoméstico debido a la obsolescencia programada, va en contravía acelerada de los ciclos naturales (Naredo, 2003). Específicamente, este deterioro de las condiciones de vida puede notarse tanto en los mismos países privilegiados por los altos niveles de consumo, como en otros africanos o latinoamericanos que son privilegiados más con ser los botaderos de basura de la sociedad de consumo que con sus disfrutes.

La ciudad de Leonia

“cada mañana la población [de Leonia] se despierta entre sábanas frescas, se lava con jabones apenas salidos de su envoltorio, se pone batas flamantes, extrae del refrigerador más perfeccionado latas aún sin abrir, escuchando las últimas retahílas del último modelo de radio”. Los residuos de

ayer radican en sus umbrales y esperan ávidos el salvador carro de la basura. La opulencia de la ciudad está más en la recolección de sus basuras que en lo que consume. “Tanto que uno se pregunta si la verdadera pasión de Leonia es en realidad, como dicen, gozar de las cosas nuevas y diferentes, y no más bien el expeler, alejar de sí, purgarse de una recurrente impureza”. El lugar donde los carros de la basura se desembarazan no interesa a nadie; lo único seguro es que el depósito crece y crece. Al nivel que “Es una fortaleza de desperdicios indestructibles la que circunda Leonia, la domina por todos lados como un reborde montañoso”. Así pues, “cuantas más cosas expelle Leonia, más acumula; las escamas de su pasado se sueldan en una coraza que no se puede quitar”. Las corazas aumentan a lo largo del tiempo y parecen no tener fin. Estas limitan ya con otras volcánicas ciudades vecinas y presagian el cataclismo: “Tal vez el mundo entero, tras pasados los confines de Leonia, está cubierto de cráteres de basuras, cada uno, en el centro, con una metrópoli en erupción ininterrumpida” (Calvino, 2008).

La sociedad de consumo, al igual que la ciudad de Leonia, expelle recursos sin remordimiento. El temor es que no pudiera hacerlo. La infinita expulsión de Leonia -producto de la insaciabilidad de novedades- la llevará posiblemente al fracaso infinito: “El mito de los suplicios de las Danaides, esas muchachas condenadas a llenar un tonel sin fondo en el Tártaro por haber matado a sus esposos durante la noche de bodas ilustra bien esta insaciabilidad. La búsqueda infinita desemboca, según Hans Joas, en el «fracaso infinito»” (Latouche, 2014). Por ende, el continuo tonel sin fondo del consumismo podría seguir desembocando en un trágico suceso como el de Nápoles presentado en el apartado siguiente), pero en casos más numerosos. Sin embargo, los endemoniados residuos sobrepasan a las mercancías convencionales y se posan en el hombre como consumidor y, además, como trabajador.

Para Taylor (Taylor, 1972) y Ford (Coriat, 2015) no era problema cambiar un hombre cual pieza averiada de máquina. Para los consumidores no es inquietante expeler a un fallido consumidor. Pobres los que no pueden acceder a la «variedad aparentemente inagotable que los rodea». “Ellos son los excluidos de la sociedad de los consumidores, son los consumidores fallidos, los inadecuados e incompetentes, los fracasados. Son los hambrientos consumidos en medio de la opulencia del festín consumista” (Bauman, 2009). Estos fracasados que no pueden renovar o adquirir lo último, son indudablemente los pobres o anormales: “Ser pobre significa estar excluido de lo que se considera una "vida normal"” (Bauman, 2005). Ni los normales consumidores ni los lugares a la altura del consumismo estarían a favor de mantener o entregar la carta de ciudadanía del mundo consumista a los pobretones.

“Somos nosotros, los consumidores, quienes trazamos la línea entre lo útil y lo residual. Con los artículos de consumo como compañeros, podemos dejar de preocuparnos por acabar en el cubo de basura” (Bauman, 2013). Lo residual, pues, ya sea la persona con bajo poder adquisitivo o las basuras de anteayer o ayer, deben ser rápidamente recogidas y expulsadas del festín consumista. De lo contrario la fiesta podría tornarse en resaca.

La exigencia de un consumidor que se haga valer como tal, que esté a la altura de los rápidos movimientos del torbellino del consumismo, se ajusta con los requerimientos del espacio consumista. Leonia debe estar engrasada y no sucumbir ante su potencial nauseabundo basural. El éxito de McDonald's, según George Ritzer, radica en cuatro elementos: “eficiencia, calculabilidad, predecibilidad y control” (Ritzer, 2010). Estos, y no queremos asegurar que se debe sólo al mundo del consumo, también figuran para el espacio en que el consumidor puede desenvolverse y precisa de estos cuatro elementos para no fallar, para no pisar en falso y téticamente acercarse a la incómoda basura; ya sea la de la mercancía comprada o la de la expulsión de los consumidores estrellas. Si bien el centro comercial está muy cerca o muchas veces cumple con estas condiciones, estas deben cobijar la cotidianidad de otros espacios consumibles: museos, sitios de recreación, restaurantes, etc.

No pretendemos decir que la racionalidad cobija o seguramente va a cobijar todos los espacios en una ciudad perfecta, más bien la demanda es a que la ciudad se contenga en una transparencia aséptica y disponible en lugares placenteros para este tipo de consumidores y no corte el funcionamiento gozoso del consumismo. Mientras que para otros habitantes alejados o exciudadanos del mundo del consumo, el encuentro con Leonia puede tornarse no desde las mieles sino desde sus desechos. No obstante, algunos casos han hecho erupcionar a esta higiénica ciudad y la afectación ambiental comunica que todos somos los afectados.

Altercaciones en Leonia

Una de las empresas que por las codicias productivistas y consumistas ha deteriorado las condiciones de vida en Latinoamérica es Coca-Cola. Por ejemplo, “En mayo del 2003 [en Panamá] la Autoridad Nacional del Ambiente (ANAM) anunció la sanción por 300 mil dólares contra la Coca-Cola por contaminar con colorantes el río Matasnillo, la Bahía de Panamá y el ecosistema de la ciudad” (Castro, 2004). En el mismo documento podemos notar otros casos como el de Colombia, en donde la empresa “vendió sus bebidas contaminadas como lo demostró en Colombia un Tribunal de Popayán en 1991”. Además, como mencionamos, los daños de consideración también han sucedido en países como Polonia o Inglaterra y la lista continúa.

Otro caso representativo sucede en África. En donde reconocidas empresas de tecnología como Apple o Intel, tienen por vertereros a pueblos enteros: “150 millones de ordenadores son transportados cada año a vertederos del Tercer Mundo (¡500 barcos al mes hacia Nigeria y Ghana!), despreciando cualquier norma sanitaria, a pesar de que contienen metales pesados y tóxicos (mercurio, níquel, cadmio, arsénico, plomo)” (Latouche, 2014). Así entonces, los tóxicos y metales pesados, así como las aguas contaminadas y privatizadas por Coca-Cola, caracterizan una sociedad que pareciera que se distinguiera más por lo que expulsa que por lo que consume.

El suceso en Nápoles es muy dicente. “La inmundicia es riqueza”, se dice en esta ciudad. Para demostrarlo, “4.200 toneladas de basura inundaban ayer [mayo de 2008] otra vez la ciudad. Las hogueras humeaban en el centro, la periferia y el campo. La población volcó contenedores, cortó calles y vías ferroviarias e incendió un centenar de montañas de desperdicios” (elpais, 2016). La llamada “emergencia de residuos” desestabilizó y generó pánico sanitario en toda Nápoles e Italia. La solución política a largo plazo fue crear otra incineradora de basura; es decir, otra coraza de Leonia.

La “erupción de residuos” de esta importante urbe italiana nos permite observar el desbordante nivel de desechos que se generan en uno o pocos días. Su incontinencia por parte de los mecanismos de tratamiento de residuos hace que el daño ambiental y sanitario sea mayor y sus repercusiones a largo plazo, más aún cuando ha sucedido varias veces como en este caso, sea más preocupante. De otro lado, el shock simbólico que genera el rompimiento de una posible cotidianidad con los cuatro elementos antes mencionados, incita los altercados sociales que se produjeron por varios días. No es concebible para un cabal consumidor que su espacio no cumpla con mostrarse impoluto de los desechos de ayer, que no se renueve para los de hoy. Un consumidor con carta de ciudadanía no aceptará, además de la emergencia sanitaria, una ciudad que le exhibe la parte oscura de los encantos de una vida opulenta. Nápoles, en este aspecto, nos muestra la cara más horrorosa de las consecuencias del consumo y producción desmedidos cuando ya sea por causas políticas o de insostenibilidad ambiental, la ciudad no aguanta otra coraza más.

Comentarios finales

La llamada sociedad de consumo se cimentó en la inflexible moral puritana pero direccionando sus fuerzas al disfrute mundano. La desculpabilización del acto ocioso fue uno de los triunfos irrevocables para mantener una vigorosa demanda. Las condiciones de oferta, por su parte, no tardaron en comprender sus nuevas labores y, en parte gracias a las circunstancias de posguerra, el consumo tuvo su temporada democrática. Más allá de la caída del Estado de Bienestar, este pudo mutar en las nuevas clases medias y altas. Por ende, la *nueva* verticalidad en el consumo ostentoso

ha sido la característica de naciones con clases medias más tímidas o todavía no a la altura de las de Francia o Estados Unidos como son las latinoamericanas.

En tal sentido, los goces de la grandiosa base material contemporánea son sustentados en la rapacidad de los recursos naturales. Países africanos y latinos demuestran que el afán de lucro de varias afamadas compañías condena a territorios enteros a ser los verteros de basura del regocijo de otros. En el mismo sentido, el suceso de Nápoles, en el corazón de un “país desarrollado” como Italia, nos enseña de forma muy pedagógica las consecuencias de los malos manejos de los residuos, pero, más de fondo, la inviabilidad de que el mundo del consumo se asiente de forma masiva y que, aún con el nivel de consumidores contemporáneo, el planeta peligra por sus ciclos antagónicos a los del consumismo.

En esta perspectiva, existen algunas propuestas que giran en torno a otro relacionamiento desde la producción y el consumo con la naturaleza. Por ejemplo, Latouche (Latouche, 2012) nos argumenta que la única forma para afrontar a la sociedad de consumo es “salir de ella”. Tender no ya al crecimiento como un fin en sí mismo sino a decrecer. El consumo que supera los mínimos vitales debe regularse, además que el reciclaje debe primar, los ciclos de la economía deben ir acorde a los ciclos naturales. Si bien sólo tratamos de exponer de forma sucinta esta propuesta decrecentista, de la que también podemos decir que participan Matinez Alier, Arturo Escobar, Georgescu Roegen, entre otros, a grandes rasgos pretendemos expresar que su idea es la salida de la sociedad de consumo por vidas más sobrias y evitar irnos al abismo castastrófico de daños ambientales irreparables.

De otro lado, propuestas más moderadas pueden verse en los Objetivos del Desarrollo Sostenible promovidos por la Organización de las Naciones Unidas y otros entes intergubernamentales. Estas pretenden volver sostenible el modelo de consumo y producción actual regulando algunas tuercas de su funcionamiento. El reciclaje, la voluntad de comprar productos más “verdes”, producciones más limpias, entre otras tareas son parte de la sustentabilidad que promueven estos objetivos que se exigen para 2030; que sin duda matizan para países desarrollados y para los que están en vías de desarrollo. En este aspecto, debemos resaltar que aunque no pretenden cambiar de fondo el modelo consumista, sí se presentan como una alternativa viable y que muchos países están de acuerdo en desarrollar.

No tenemos dudas que existen otras posturas más radicales y otras menos, así como otras que perciben a la sociedad de consumo como algo inevitable y más bien tendiente a profundizarse (Lipovetsky, 2010), los debates en torno a vías alternativas o de profundización del modelo productivo y consumistas, así como del tipo de ciudad que requieren estos modos de vida es lo que

tratamos de presentar desde la aproximación a las condiciones de posibilidad de la sociedad de consumo y la “emergencia de residuos” en la ciudad italiana. No tenemos dudas de que los hechos ocurridos en Nápoles son más que trágicos tanto a nivel socioambiental como simbólico. Este tipo de alteraciones en Leonia se deben, en gran medida, al desenfreno de las condiciones materiales contemporáneas. La posible multilicación de este tipo de sucesos no es inevitable, no estamos condenados irrevocablemente a nuevas emergencias, pero sí a pensarnos si son viables las pretensiones de la sociedad de consumidores y la vida del planeta.

Bibliografía

- Alonso, L. E. (2005). *La era del consumo*. Madrid: Siglo XXI Editores.
- Baudrillard, J. (2009). *La sociedad de consumo: Sus mitos, sus estructuras*. Madrid: Siglo XXI editores.
- Bauman, Z. (2005). *Trabajo, consumismo y nuevos pobres*. Barcelona: GEDISA.
- Bauman, Z. (2007). *Vida de consumo*. México: FCE.
- Bauman, Z. (2009). *Amor líquido: acerca de la fragilidad de los vínculos humanos*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica .
- Bauman, Z. (2013). *Vidas desperdiciadas La modernidad y sus parias*. Barcelona: Paidós .
- Calvino, Í. (2008). *Las ciudades invisibles*. Madrid: Siruela.
- Castro, G. (24 de Diciembre de 2004). *ecoportal*. Obtenido de http://www.ecoportat.net/Temas-Especiales/Agua/La_Coca-Cola_y_su_Agua_Contaminada
- Coriat, B. (2015). *El taller y el cronómetro: ensayo sobre taylorismo, fordismo y la población en masa*. Siglo XXI.
- elpais. (8 de Febrero de 2016). *elpais*. Obtenido de http://elpais.com/diario/2008/05/19/internacional/1211148001_850215.html
- Fernandez, R. (2008). *El teatro de la libre elección: estudio y reflexiones sobre el discursos publicitario y la identidad consumista*. Madrid: Editorial Popular .
- Hobsbawm, E. (2003). *Historia del siglo XX*. Barcelona : Crítica.
- Latouche, S. (2012). *Salir de la sociedad de consumo: voces y vías del crecimiento*. Barcelona : Octaedro .
- Latouche, S. (2014). *Hecho para tirar:*. Buenos Aires : Octaedro.

- Lipovetsky, G. (2010). *La felicidad paradójica: Ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo*. Barcelona: Anagrama .
- Naredo, J. M. (2003). *La economía en evolución: historia y perspectivas de las categorías básicas del pensamiento económico* . Madrid: Siglo XXI.
- Prat, J. T. (2005). *Consumo, luego existo. Poder, mercado y publicidad*. Barcelona: Icaria.
- Riesman, D. (1971). *Muchedumbre solitaria*. Buenos Aires: Paidós .
- Ritzer, G. (2010). *La McDonalización de la sociedad*. Madrid: Editorial Popular.
- Taylor, F. W. (1972). *Principios de la administración científica* . Buenos Aires: El Ateneo .
- Veblen, T. (1974). *Teoría de la clase ociosa*. México: FCE.
- Weber, M. (2010). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Madrid: Alianza Editorial .