

EL CONSUMO COMO RITO Y LA EMERGENCIA DE UNA NUEVA SOCIABILIDAD

Dr. Antonio Caro Almela
antoniocaroz22@gmail.com

El presente texto se propone poner de relieve el significado que adquiere el papel ritual que desempeñan las actividades de consumo en las presentes sociedades capitalistas, en cuanto expresión de un género de sociabilidad *posmoderna*, dentro del cual actividades en principio *profanas* destinadas a satisfacer estrictas necesidades de subsistencia económica cumplen sin embargo la citada función ritual como trasunto de su dimensión neo-sacramental, enfatizando de este modo la *intrascendencia* definitoria, en el sentido literal del término, que caracteriza a tales sociedades. El artículo concluye argumentando cómo la inmanencia que así es propia de la ritualidad posmoderna abre la vía hacia un nuevo género de religación social ya no basada en la adhesión individual y colectiva a una *verdad trascendente* de cualquier tipo, poniendo así las condiciones para la eventual emergencia de las *sociedades autónomas* con las que han soñado los reformadores sociales de todas las épocas.

Palabras clave: Ritualidad, modernidad, posmodernidad, sagrado, profano.

1º Ritualidad premoderna-moderna vs ritualidad posmoderna

Como es bien sabido, la existencia de una ritualidad instituida es una constante a lo largo de la historia. En todo género de sociedades, con independencia de su índole pre-moderna, moderna o posmoderna, ha existido algún tipo de ritualidad mediante la cual los individuos proclamaban su religación social, ya ésta se planteara en virtud del acatamiento a un mito fundador, a una verdad revelada, a un designio colectivo, etc.

Lo que sucede es que, si bien dicha ritualidad ha estado marcada en la generalidad de las sociedades por una serie de prácticas cuidadosamente reglamentadas y casi siempre ejercidas en un reducto sagrado –claramente escindido en cuanto tal de los espacios profanos– donde se escenificaba la adhesión individual y colectiva a una determinada *verdad social* mediante la cual la sociedad *se instituía a sí misma* e instituía, de

acuerdo con Castoriadis (1975) su imaginario social, tal planteamiento se ve cuestionado en el caso de las actuales sociedades capitalistas posmodernas, respecto de las cuales dicha escisión se encuentra mucho más relativizada y tampoco cabe hablar de «verdad social» en el estricto sentido del término.

Ello nos permite trazar dos tipos de ritualidad fuertemente diferenciados entre sí:

1º *La ritualidad premoderna-moderna*. Género de ritualidad éste correspondiente a la práctica totalidad de las sociedades que se han sucedido a lo largo de la historia, y con arreglo al cual aquélla se ejercía mediante una serie de rutinas fuertemente estereotipadas y el acceso reglamentado a determinados recintos sagrados en los que se escenificaba la religación social mediante el acatamiento ritualizado y convencionalizado a una *verdad trascendente* (ya fuera Dios, los ancestros de la tribu, la raza o el progreso) con la cual la sociedad se identificaba y se

trascendía a sí misma; postulando de este modo una *ilusión de permanencia* que tenía su expresión en una *creencia* de cualquier tipo: ya fuera en la vida eterna, en el advenimiento de la sociedad comunista, en el imperio de la razón o del progreso, etc., etc.

2° La ritualidad posmoderna.

Ritualidad en cierto modo menesterosa (cfr. Caro, 2009a), en función de la cual la falta de una verdad trascendente a la que se adhiera el conjunto de la colectividad da lugar a que la religación social se encuentre por definición en precario y tenga que *reinventarse* a cada momento. Ello origina un género de ritualidad multiforme y provisional que se desdobra en dos grandes grupos (el segundo de los cuales tiende a compensar las carencias del primero): por una parte, una ritualidad *colectiva* en continuo estado de recreación que, carente de trascendencia, se disgrega por diversas actividades todas ellas relacionadas con el consumo y el ocio, a las que reviste de una cierta dimensión de sacralidad que se plasma en la socorrida calificación de los recintos donde se celebran como *catedrales del consumo* (Ritzer, 2000 [1999], pp. 19-37), los cuales coinciden en lo fundamental con los *no-lugares* de que habla por su parte Marc Augé (1992), poniendo así de relieve la futilidad que los caracteriza y que es contradictoria con dicha función sacramental; y, por la otra, un género de ritualidad *grupal* que segrega la colectividad en compartimentos más o menos estancos (los grupos juveniles que se cohesionan en los conciertos de música pop, las masas básicamente masculinas que se aúnan en los estadios deportivos, las minorías cuyos miembros se reconocen unos a otros en una sala de conciertos o en una exposición de pintura...). Ritualidad discriminatoria esta última que se plantea con frecuencia en términos agresivos frente a la indefinición y el carácter *prestado* de la ritualidad

colectiva del primer tipo, fomentando en consecuencia la segregación de la sociedad en grupos escindidos entre sí, que se enfrentan o ignoran mutuamente y cuya «verdad» no trasciende los límites del propio grupo.

De este modo, mientras la ritualidad premoderna-moderna es testimonio de un género de sociedad consolidada, cuya estabilidad está salvaguardada por la *verdad social* (con las correspondientes desviaciones hacia la heterodoxia) que todos sus miembros se ven constreñidos a acatar desde el *lugar* – expresado en términos de pertenencia a una determinada casta o clase social– que cada uno de ellos ocupa (y en ese sentido no existe ruptura cualitativa entre la ritualidad premoderna y la moderna, variando únicamente en lo fundamental la índole de la *verdad* que está en la base de dicha ritualidad y el modo de adherirse a la misma, así como el alcance de dicha adhesión⁴), la ritualidad posmoderna, en su compartimentación en los dos tipos mencionados, es testimonio de una sociedad inestable, en continuo proceso de configuración, donde la individualidad se encuentra por sistema más o menos en fricción con la colectividad y donde la carencia de una *verdad trascendente* de cualquier tipo que asuma la sociedad en su conjunto se plasma tanto en el afloramiento de esas verdades *parciales* que coexisten y se ignoran entre sí sin sobrepasar los límites del grupo que las sustenta, como en la trivialidad que reviste ese remedo de religación colectiva basada en el consumo: a la que corresponde una ritualidad *vergonzante* centrada en la exhibición de lo que el consumidor se acopia para el disfrute egoísta y a-social de uno mismo y de lo suyos (por ejemplo, el comprador o la compradora que llena en el hipermercado su carrito de compra hasta los topes como forma de explayar ante los demás su desahogo económico: cfr. Caro, 1976 y 2006). Y es la naturaleza inmanente y en

cierto modo menesterosa que así adquiere la religación social –caracterizada por un definitorio déficit de trascendencia– lo que está en el origen de la disgregación de la colectividad en los mencionados grupos, por mediación de los cuales sus componentes tratan de compensar las

carencias de aquella religación colectiva.

El contraste entre ambos géneros de ritualidad se expresa en las características diferenciadoras reunidas en el siguiente cuadro

RITUALIDAD PREMODERNA-MODERNA	RITUALIDAD POSMODERNA
Colectiva	Colectivo-grupal
Cíclica	Cíclico-eventual
Integradora	Integradora-segregativa
Trascendente	Inmanente
Solemne	Frívola, banal
“Espiritual”	“Material”
Doctrinal	A-doctrinaria
Discriminatoria	“Igualatoria”
Afirmativa	Nihilista

Así, mientras la ritualidad propia de las sociedades modernas y premodernas es colectiva por naturaleza (la sociedad de que se trate en cada caso muestra y consagra su estructura interna en función de cómo sus componentes se disponen con ocasión de las celebraciones rituales periódicas: las cuales pueden variar desde la danza tribal hasta las exposiciones universales decimonónicas como conmemoración del progreso social), la ritualidad posmoderna está caracterizada por la citada tensión entre lo colectivo y lo grupal (que esconde la también mencionada fricción entre lo individual y lo colectivo). Ello se concreta

en el hecho de que la sociedad se reviste de una pluralidad de *verdades parciales* que no entran sin embargo en conflicto entre sí porque, en función de su carácter compensatorio, no pretenden por lo general sobrepasar –salvo en algunos casos a los que me refiero al final del párrafo– los límites del propio grupo, sino actuar como fuente de *cohesión interna* que lo afirme frente a la anomia social circundante (la cual es a su vez consecuencia de esa religación inmanente y vergonzante centrada en el consumo). Por lo demás, la cohesión grupal basada en la adhesión a una verdad parcial tiende a ser tanto mayor cuanto menos acceso tenga el colectivo de que se trate a esa

religación intrascendente ofrecida en principio a *todo el mundo*: caso de las bandas de adolescentes latinos (o *maras*) en algunas ciudades españolas o de los jóvenes habitantes de la *banlieue* de las principales ciudades francesas que promovieron los disturbios de otoño de 2005 y 2007 (cfr. Hérin, 2008). Igualmente puede suceder que la verdad grupal sea testimonio de una *verdad histórica* que el grupo intenta imponer a la colectividad como instrumento de su propia afirmación (caso de las minorías nacionalistas activistas en el País Vasco) o de una *verdad exterior* que el grupo enarbola frente a la carencia de verdad trascendente que caracteriza a las sociedades capitalistas posmodernas (caso de las minorías islamistas que intentan introducir la *yihad* en pleno corazón del «primer mundo»). Finalmente, en lo concerniente a las minorías neoconservadoras –en Estados Unidos, en España o en otros países–, el objetivo es restaurar una verdad religiosa que ha pasado a ser minoritaria como forma de combatir esa anomia circundante y en cuanto intento –claramente contradictorio en sus propios términos– de dotar de una verdad trascendente a la religación inmanente posmoderna.

En segundo lugar, mientras la ritualidad premoderna-moderna es constitutivamente cíclica (compuesta de celebraciones que se repiten según una cadencia cuidadosamente reglamentada, y en virtud de la cual la colectividad renueva periódicamente su adhesión a la *verdad social* trascendente por la que se instituye), la ritualidad posmoderna aspira a transformar en cíclica la naturaleza idiosincrásicamente *eventual* de las actividades de consumo que constituyen su soporte básico (la cuales pueden ser realizadas –y los correspondientes objetos adquiridos– *en cualquier momento y circunstancia*: tal como lo manifiestan, por poner dos ejemplos, los comercios abiertos las 24 horas o la tendencia a

disfrutar vacaciones *de verano* cuando en el lugar donde se habita es invierno). En este sentido, lo cíclico viene a ser la corrección en términos de *orden* que la sociedad en general y ciertos individuos en particular erigen frente a un consumismo carente de medida que tiende por sistema a devenir *hiperconsumismo* (Lipovetsky, 2006): como lo pone de relieve la tendencia a espaciar semanalmente la compra hogareña –reconvertida en una especie de fiesta familiar cuya vertiente ritual resulta obvia– o las rebajas periódicas que, por su parte, han instituido los establecimientos comerciales (las cuales originan, a su vez, los correspondientes ritos: entrar los primeros, revolver en los estantes, comprar algo aunque no se necesite *porque* está muy barato...). En lo que concierne a las ritualidades grupales, su arraigo en una *verdad parcial* que trata de compensar la carencia de verdad colectiva se explicita en el carácter cíclico que aquéllas suelen tener: desde el calendario cuidadosamente reglamentado que preside las competiciones deportivas hasta los festivales anuales de música pop, pasando por el *botellón* que reúne los fines de semana a muchos adolescentes españoles (en búsqueda, tal vez, de una *verdad propia* frente a la carencia de verdad que advierten en una sociedad instituida en la que no encuentran su lugar) o la misa ritual de los domingos para lo que comienza a ser, en España y otros países de nuestro ámbito, minoría católica (al margen de que la gran mayoría de su población esté bautizada). Por último interesa señalar la existencia de toda una intensa labor institucional que trata de rellenar de *celebraciones rituales cíclicas* (tales como los Juegos Olímpicos, las exposiciones universales o las elecciones generales a las que tiene el deber de concurrir el conjunto de la población adulta) el vacío que es propio de una sociedad carente de verdad social (o dotada de una «verdad social» de índole vergonzante); promoviendo de este modo

un remedio de ritualidad trascendente que compense la inmanencia de un género de ritualidad como la dominante centrada en el consumo.

En tercer lugar, mientras la ritualidad premoderna-moderna es por definición integradora –a través de ceremonias rigurosamente pautadas donde cada miembro de la colectividad ocupa un lugar previamente asignado, proclamando así ante la colectividad y ante sí mismo su posición social–, en el caso de la ritualidad posmoderna la debilidad integradora que es propia de unas actividades de consumo *abiertas a todos* (pero que implican por su propia naturaleza la exclusión de una parte mayor o menor de la población) trata de ser compensada por la ritualidad manifiestamente segregativa de los grupos que preconizan una *verdad parcial*: segregación que tiende a ser tanto mayor cuanto más el grupo intenta oponerse a –o se siente marginado por– aquella ritualidad inmanente que excluye tanto como integra.

En cuarto lugar, mientras la ritualidad premoderna-moderna es *trascendente* por naturaleza –puesto que remite a una verdad de índole superior no afectada como tal por la finitud de lo existente–, la ritualidad posmoderna *no trasciende dicha finitud* por el carácter inmanente de las actividades de consumo que constituyen su principal objeto, pertenecientes en cuanto tales a la *base económica* de la sociedad. No obstante, esa finitud trata de ser contrarrestada tanto por la trascendencia que caracteriza a algunas de las *verdades grupales* que se oponen lateral o frontalmente a la pseudo-verdad consumista establecida (ya dichas verdades sean Dios, la Patria o Elvis Presley) como mediante prótesis tales como el aura de *permanencia* de que procuran revestirse ciertos productos de consumo en función de la *marca* que ostentan: signo éste *añadido* al producto y

cuya función es dotarlo de una *entidad* que trasciende su propia naturaleza como objeto perecedero destinado a consumirse en la medida que se consume (y es la importancia que adquiere esta labor en el actual proceso de valorización del capital [Caro, 2009b] lo que ha convertido a la marca en el tótem por antonomasia de nuestro tiempo).

En quinto lugar, mientras la ritualidad del primer tipo que estamos analizando se encuentra revestida por una nota definitoria de solemnidad (en cuanto escenificación del recogimiento individual y colectivo que debe implicar el acceso a la verdad trascendente de que se trate en cada caso), la ritualidad posmoderna, en su vertiente colectiva centrada en la adquisición y disfrute de objetos de consumo, es por definición frívola o banal. Características éstas que, en la medida que instalan un clima de *insignificancia* (cfr. Castoriadis, 1996) en el centro del vivir social, tienden a ser compensadas con la solemnidad *forzada* de que se revisten ciertas celebraciones rituales que ocupan un lugar destacado en el proceso de institución social (caso de las ceremonias de inauguración y clausura –televisadas en directo a todo el planeta– de los juegos olímpicos, que actúan en realidad como coartada a la *mercantilización* galopante de los mismos), o bien mediante la sacralidad que impregna ciertas celebraciones rituales de índole grupal que afirman a un determinado colectivo frente al rechazo o la exclusión social latentes o manifiestos: caso de la comunión con el ídolo celebrante que actúan los asistentes a un concierto pop (cfr. Díaz, 2006) o de los auténticos *ritos de paso* que organizan entre sus neófitos las ya mencionadas bandas juveniles o *maras* originarias de Centroamérica (cfr. Jiménez Barco, 2005). E incluso determinadas actuaciones de naturaleza política –por ejemplo, la restauración monárquica acaecida en España tras el final de la

dictadura franquista, con su consiguiente cortejo de solemnidades rituales— pueden ser interpretadas como intentos de recubrir con una pátina de nobleza la banalidad ritual que caracteriza a las sociedades posmodernas, con su religación colectiva centrada en el consumo.

En sexto lugar, mientras la ritualidad premoderna-moderna es en principio de índole *espiritual*, puesto que su misión es elevar al individuo en su contacto con una verdad que lo trasciende (lo cual no impide que dicha ritualidad conlleve en la práctica comportamientos gregarios o que vaya a asociada con frecuencia a operaciones materialistas por parte de la casta que está encargada de custodiarla y organizarla), la ritualidad posmoderna es en principio de carácter *material* si nos atenemos a la naturaleza de las actividades de consumo a través de las cuales se ejerce. No obstante, esta última apreciación debe ser matizada por el componente *inmaterial* que comporta el signo impuesto sobre el producto que es la marca —la cual «espiritualiza», como hemos visto, el producto en la medida que lo dota de una entidad que trasciende su materialidad—, hasta el extremo que el historiador Jackson Lears ha podido escribir que uno de los objetivos de la publicidad —cuya función primordial es *construir marcas*— consiste en «desconectar a los seres humanos del mundo material» (Lears, 1994, p. 4): ya que, como señaló hace más de medio siglo el economista John K. Galbraith, el objetivo de la moderna producción capitalista no es satisfacer unas necesidades preexistentes, sino que las necesidades son en su caso «el fruto de la producción», de modo que ésta «sólo viene a llenar el hueco que ella misma ha creado» (Galbraith, 1963 [1957], p. 152).

Más obvia es la siguiente característica diferencial incluida en el cuadro que estamos comentando: mientras

la ritualidad característica de las sociedades premodernas y modernas tiene una base *doctrinal* cuya misión es blindar la verdad trascendente en torno a la cual se organiza la cohesión social (con el resultado de que la disidencia individual o grupal *ha* de plantearse necesariamente en términos doctrinales), la ritualidad posmoderna carece de semejante base, ya que se plasma directamente en la adhesión individual y colectiva a unos determinados comportamientos centrados en el consumo *frente a los cuales no cabe oponer resistencia doctrinal*. De lo cual se desprenden dos consecuencias de primordial importancia: por una parte, el carácter irrefutable que, en el terreno de las ideas, tiene la sociedad capitalista posmoderna (capaz de absorber, como se ha señalado en numerosas ocasiones, cualquier construcción ideológica o cultural); y, por la otra, la radicalidad de que se reviste la posible oposición al sistema, la cual habrá de plantearse *directamente en el terreno de los comportamientos* (proponiendo, concretamente, un tipo de realización individual y de religación colectiva alternativo al consumismo vigente), sin encontrarse ya amortiguada por la disputa doctrinal: esto último desde el momento que, como ha mostrado Jean Baudrillard (1973) con relación al materialismo histórico, las alternativas doctrinales a la verdad instituida tienden a compartir con ésta un mismo *imaginario*, lo que bloquea en la práctica su presunto carácter revolucionario.

En penúltimo lugar, mientras la ritualidad premoderna-moderna resultaba ser *discriminatoria* en la medida misma que era integradora (ya que la aglutinación de todos los miembros de la sociedad que ella propiciaba aparejaba su segregación según la casta o clase social a la que cada uno de ellos pertenecía), la ritualidad posmoderna es engañosamente *igualatoria*, puesto que la equiparación social que ésta escenifica dentro del

marco de lo que se ha llamado «democracia de consumo» tiene por efecto ocultar las relaciones sociales contradictorias que existen entre sus miembros³³: las cuales, conforme se hacen *invisibles*, al tiempo que se despojan de legitimidad social se vuelven «inexistentes», de donde proviene el mito –de planteamiento y efectos abiertamente ideológicos– de una *sociedad de consumo de masas* de la que han desaparecido las contradicciones sociales.

Finalmente, mientras la ritualidad premoderna-moderna es *afirmativa* en tanto que trascendente y doctrinal, la ritualidad posmoderna es *nihilista* en la exacta medida que es inmanente y a-doctrinaria. Dicho nihilismo se plasma tanto en la finitud propia de las actividades de consumo a través de las cuales esa ritualidad cobra forma como en la *nada inmaterial* que es parte constitutiva de la marca en paralelo a su entidad *espiritual*, destinada, como vimos, a «hacer trascendente» el producto. Pero la principal manifestación de este nihilismo está probablemente en la *desnudez* con que se presenta en tales condiciones el dominio social: que, en lugar de encontrarse recubierto por una verdad trascendente que lo legitimaba ante la sociedad en su conjunto en la medida que ésta manifestaba su adhesión a la misma a través de las correspondientes celebraciones rituales (tal como sucedía en las sociedades premodernas y modernas, incluyendo entre éstas el capitalismo productivista analizado por Marx), en las presentes condiciones se plantea al nivel inmanente de la *base económica* de la sociedad a la que pertenecen tales actividades de consumo. Con el efecto añadido de que dicha base económica pasa a ejercer una acción ideológica que elimina de cuajo la tradicional división entre infraestructura y superestructura, y que se manifiesta, entre otras cosas, en el mencionado mito de una sociedad igualitaria de consumo de la que

han desaparecido las contradicciones sociales.

3. Conclusión: ¿Hacia la autonomía social?

Como he tratado de mostrar en el curso de este artículo, la ritualidad posmoderna supone un cambio cualitativo en el modo como se ha ejercido la institución social y la religación colectiva a lo largo de la historia. La novedad radical que dicho cambio comporta es, como acabo de indicar, que mientras la ritualidad propia de las sociedades modernas y premodernas estaba salvaguardada por una *verdad trascendente* que, actuando como instrumento de intermediación entre el individuo y la sociedad, encubría las relaciones sociales contradictorias existentes entre sus miembros bajo el manto de esa verdad indiscutible en virtud de la cual la sociedad se trascendía a sí misma como un todo –con el efecto de diluir tales contradicciones bajo la adhesión colectiva a dicha verdad con ocasión de las celebraciones rituales instituidas–, en la presente sociedad capitalista posmoderna *tal encubrimiento no existe*. Por el contrario, y tal como hemos visto, la única pseudo-verdad existente en su caso es esa falacia de un consumo *abierto a todos* que, puesto que no trasciende la base económica social, permanece inmanente a la existencia cotidiana de los individuos, sin encubrir ni legitimar las contradicciones sociales que existen bajo aquel remedo de equiparación colectiva.

El resultado es, como también hemos visto, una sociedad inestable, provisional, eventual, cuyos procesos de institución social y de religación colectiva se encuentran siempre en precario (de ahí la tensión entre lo colectivo y lo individual y lo grupal que hemos comentado) y en un contacto permanente con la finitud proveniente del hecho de

haber elevado el consumo, en cuanto parte de la base económica inmanente, a la categoría de su única *verdad*, sin *trascenderlo* en ninguna dirección que le dé sentido (y así, el consumo por el consumo, que desemboca como hemos visto en *hiperconsumismo*, tiene su exacta contrapartida en la producción por la producción en cuanto «esencia» del sistema capitalista). Mientras que la única manera que encuentra esa sociedad de tapar las contradicciones sociales que laten en su seno es simplemente *negarlas* bajo el disfraz ideológico de una presunta equiparación en el consumo.

¿Significa lo anterior que este género de pseudo-religación social y de institución social siempre en precario ha de ser reemplazado, antes o después, por el regreso a un tipo de socialización protegido por una verdad trascendente, tal como postulan en la actualidad los fundamentalistas y neoconservadores de todas las vertientes?

Nada más lejos de la cuestión. Una vez que los miembros de la actual sociedad capitalista posmoderna han experimentado en su carne la liberación que comporta vivir *más allá* de cualquier verdad trascendente, es prácticamente imposible toda vuelta atrás. El vértigo individualista que implica el actual hiperconsumismo, así como el desajuste existente entre lo colectivo y lo grupal, son testimonio de un proceso de *autonomización* frente al cual el posible retorno a una sociedad rígidamente instituida en torno a una verdad asumida por todos (tal como pretenden de manera

simétrica los movimientos islamistas y los neoconservadores del «primer mundo») está fuera de cualquier cuestión. La pseudo-libertad centrada en el consumo, que como señala Lipovetsky (2006) es fuente de infelicidad, sólo puede curarse al precio de una auténtica *liberación* individual frente a cualquier propósito de coerción colectiva. Y la gran cuestión que despunta bajo semejante constatación es: ¿cómo sostener unas relaciones sociales contradictorias cuando no hay modo previsible de ocultarlas y legitimarlas bajo una verdad trascendente de cualquier tipo?

Hoy podemos decir con toda propiedad que el rey está desnudo. Y esta desnudez apunta, más allá de la inestabilidad y provisionalidad posmodernas, hacia un género de *sociedad autónoma* desprovista de institución social y en la que la *religación colectiva* coincida, en unas condiciones que están por ver, con la *realización individual*.

Género de sociedad éste que ha constituido el *sueño* de los reformadores sociales de todas las épocas. Pero que, tal las características de la presente sociedad capitalista posmoderna comienzan a hacer *posible*.

El presente artículo está basado en la ponencia leída por el autor en el X Congreso Mundial de Semiótica celebrado en La Coruña (España) en septiembre de 2009.

Referencias bibliográficas:

- Augé, M. (1992). Los no lugares. Espacios del anonimato. Barcelona: Gedisa.
- Baudrillard, J. (1973). Le miroir de la production ou l'illusion critique du matérialisme historique. Tournai: Casterman.
- Caro, A. (1976). El hipermercado como medio de comunicación, *Comunicación XXI*, 31-32, pp. 17-21. Madrid: Reppress.
- Caro, A. (2006). Ritos de compra e imagen de marca, *deSignis*, 9, pp. 115-125. Barcelona: Gedisa.
- Caro, A. (2009a). Ritos postmodernos: más allá de lo sagrado y lo profano. En J. E. Finol, A. Mosquera e Í. García de Molero (Eds.), *Semióticas del rito* (pp. 15-33), Colección de Semiótica Latinoamericana, 6. Maracaibo: Universidad del Zulia.
- Caro, A. (2009b). Introducción: De la mercancía al signo/mercancía. En A. Caro (Ed.), *De la mercancía al signo/mercancía. El capitalismo en la era del hiperconsumismo y del desquiciamiento financiero* (pp. 17-40). Madrid: Editorial Complutense.
- Castoriadis, C. (1975). *L'institution imaginaire de la société*. París: Seuil.
- Castoriadis, C. (1996). *El ascenso de la insignificancia*. Madrid: Cátedra, 1998.
- Díaz, C. F. (2006). Cuerpo, ritual y sentido en el rock argentino, *deSignis*, 9, pp. 147-158. Barcelona: Gedisa.
- Galbraith, J. K. (1957). *La sociedad opulenta*. Barcelona: Ariel, 1963 (2ª ed.).
- Hérin, Robert (2008). Violencia en las periferias urbanas francesas. Los disturbios del otoño del 2005, *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*. Barcelona: Universidad de Barcelona, 1 de agosto de 2008, vol. II, núm. 270 (96), <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-270/sn-270-96.htm>. Web visitada el 14/1/2010.
- Jiménez Barco, A. (2005). Yo soy un *latin King*. *El País*, suplemento Domingo, 10 de julio, Madrid.
- Lears, J. (1994). *Fables of Abundance: A Cultural History of Advertising in America*. Nueva York: Basic Books.
- Lipovetsky, G. (2006). *La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad de hiperconsumismo*. Barcelona: Anagrama, 2007.
- Ritzer, G. (1999). *El encanto de un mundo desencantado. Revolución en los medios de consumo*. Barcelona: Ariel, 2000.

Antonio Caro se ha jubilado recientemente como profesor titular en la Universidad Complutense de Madrid y actualmente colabora con varias universidades españolas y latinoamericanas. Ha publicado *La publicidad que vivimos* (1994), *La publicidad de la significación* (2002) y *De la mercancía al signo/mercancía. El capitalismo en la era del hiperconsumismo y del desquiciamiento financiero* (2009). Es codirector de *Pensar la Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias*.