

El consumismo domestica al sujeto a través de las mercancías

Enrique Carpintero

revista Topía

El dinero es una relación de poder sobre las personas y las cosas. Siempre fue un símbolo, un hecho cultural sostenido en la creencia de sus emisores. De allí su carácter fantástico donde puede ser visto como “la representación del diablo” o, por lo contrario, ser elevado a la categoría de un dios al cual se le ofrecen todos los sacrificios necesarios.

Si recorremos brevemente la historia del dinero, tenemos que diferenciar tres etapas: 1º) Al inicio tiene un origen en los ritos religiosos como sustituto de las ofrendas sacrificiales en honor a los dioses; 2º) En el Renacimiento se lo intenta transformar en una pasión compensadora para enfrentar las pasiones destructivas y peligrosas del ser humano y 3º) El dinero en el capitalismo se presenta como un fetiche-mercancía autónomo de las relaciones sociales hasta llegar a su estado actual de virtualización.

El dinero como culto sacrificial

En los primeros tiempos de la civilización, la relación de los humanos con la naturaleza es a través de un pacto mágico-religioso con dioses que podían conjurar los peligros que acechaban a la reproducción de la vida; pagaban el tributo a la divinidad por medio de sacrificios. Según el filósofo Horst Kurnitzky este culto sacrificial da origen al dinero. Si originalmente en algunas culturas se sacrificaban personas para asegurar una buena cosecha, luego son utilizados animales. Más adelante se crea el dinero como una forma de sustituir el sacrificio animal. Nos dice este autor, que entre griegos, romanos, indios y germanos se sacrificaban bóvidos; por lo que se empleaban las mismas palabras para denominar “ganado” y “dinero”. Los romanos denominaban al ganado pecus, lo que derivó en el nombre de su dinero: pecunia y que llegó hasta la actualidad con la palabra pecuniario. Estos intercambios entre los humanos y los dioses tenían un carácter sacro, por ello, los primeros en acuñar monedas fueron los sacerdotes y las casas de monedas, los templos. En estas monedas se grababan figuras de animales sagrados, representantes de los dioses consagrados en los templos.

En occidente la economía sacrificial recorre un camino que va de este intercambio primario mágico-religioso al intercambio económico. Sin embargo, este pasaje no está exento de dificultades. San Agustín aporta las directrices básicas del pensamiento medieval denunciando el deseo de tener dinero y posesiones como uno de los pecados principales del Hombre Caído. En este sentido el catolicismo establece la distinción entre el clero secular y las órdenes religiosas en función del grado de renunciamento. El clero secular renuncia solamente al matrimonio; los religiosos a todos los bienes de la tierra, quedando subordinados en cuanto a su economía privada a la administración de un superior. Esto no impedía que cuando las comunidades se desarrollaban, los monjes hicieran trabajar para ellos a los siervos y a los esclavos. También tuvieron influencia en la colonización de Europa y en la economía agrícola precapitalista. Si bien la iglesia tenía una posición en teoría contraria hacia la usura, los monasterios junto con los judíos y los lombardos, fueron la base del crédito en el Medioevo. La riqueza de la iglesia se acrecentaba con las rentas de sus propias tierras y los bienes en especie o en metálico de los fieles, además del diezmo de todas las tierras y productos agropecuarios. No obstante, el dinero es visto como el “estírcol del diablo” por los sectores cristianos y aristocráticos. Obviamente esto no impedía la vida fastuosa que llevaban los miembros de la iglesia y de la nobleza.

En el Renacimiento, a partir de Hobbes y Maquiavelo, se comienza a plantear que se debe contemplar al “hombre tal como realmente es”, para lo cual debe buscarse un freno a las pasiones más peligrosas y destructivas. Es el Estado el que debe cumplir este objetivo. Por ello, todo orden social y político se justifica por sí mismo. Sus posibles injusticias son una retribución por los pecados del Hombre Caído; aunque se reconoce que la solución represiva tiene sus dificultades ya que pueden llevar a excesos por parte del soberano. Buscar una pasión compensadora a la violencia del ser humano es una de las necesidades teóricas, filosóficas y políticas que se plantean en esa época.

Uno de los primeros filósofos en elaborar una teoría de las pasiones es Spinoza. En la Ética sostiene que el ser humano enfrenta a las pasiones tristes (el odio, la melancolía, la depresión, etc.) con la fuerza de las pasiones alegres (el amor, la solidaridad, etc.). Por ello afirma: “Un afecto no puede reprimirse ni quitarse, sino por un afecto contrario y más fuerte que el afecto a reprimir.” Pero Spinoza veía la complejidad de trasladar esta idea al campo de la política tal como funcionaba en esa época. No obstante ya estaban dadas las condiciones para pensar que “la pasión por el interés”, “la avidez de adquisiciones de bienes y posesiones” o el “amor por la ganancia” podían enfrentar y frenar a otras pasiones como la ambición, el ansia de poder, el deseo sexual. Adam Smith afirmaba que “el aumento de la fortuna es el medio por el cual la mayor parte de los seres humanos aspiran a mejorar su condición.” Esta creencia en que la búsqueda de los intereses económicos podría considerarse en una motivación dominante del comportamiento humano llevo a que se creyera que por

fin se había descubierto una base realista para un orden social estable. Es así como se vuelve popular el término la *douceur* del comercio. Una palabra que significa “dulzura”, “calma” y “amabilidad” y es lo contrario de la violencia. Montesquieu afirma que “el comercio... pule y suaviza los modos bárbaros, como podemos verlo cotidianamente.”

Un siglo después, cuando Marx explica “la acumulación primitiva del capital” y relata los episodios de explotación y violencia propios de la industrialización y la expansión comercial europea, exclama con ironía: “He aquí como se las gasta el *deux commerce*.” La idea de que la ganancia de dinero era una pasión tranquila solo fue abandonada cuando el desarrollo capitalista hizo evidente la pobreza de millones de personas, el desempleo y las crisis cíclicas. Es decir, se dejó de suponer que el capitalismo lograría exactamente lo que pronto se denunciaría como una de sus propias características: el sacrificio de aquellos que transforma en pobres y marginados. Aunque algunos economistas como John M. Keynes seguían sosteniendo que “ciertas inclinaciones humanas peligrosas pueden orientarse por cauces comparativamente inofensivos con la existencia de oportunidades para hacer dinero y tener riqueza privada que, de no ser posible satisfacerse de este modo, puede encontrar un desahogo en la crueldad, en temeraria ambición de poder y autoridad y otras formas de engrandecimiento personal.”

Keynes y el psicoanálisis

A fines del siglo XIX se constituyó en Londres, en el barrio de Bloomsbury, un grupo de intelectuales con un pensamiento crítico de la cultura dominante. El grupo de base estaba constituido por egresados del Trinity College de Cambridge como Lytton Strachey, Leonard Woolf y Clyde Bell. Luego se incorporaron otras destacadas personalidades entre los que podemos mencionar a John M. Keynes, Bertrand Russell y Ludwig Wittgenstein. Leonard luego de casarse con Virginia Woolf revisó una traducción de *Psicopatología de la vida cotidiana* para el diario *New Weekly*. También uno de sus miembros creó una editorial donde publicaba muchos autores de vanguardia entre los que se encontraba Sigmund Freud. Esto permitió que el grupo de Bloomsbury estuviera cercano a sus ideas. Inclusive al final de la Primera Guerra Mundial James Strachey -hermano menor de Lytton y traductor al inglés de las obras completas de Freud- y su esposa Alix se fueron a Viena para analizarse con Freud. La pertenencia de Keynes a este grupo hizo que conociera muchas ideas psicoanalíticas, en especial, las relacionadas con el dinero. De allí que en sus obras hace referencia no solo a Freud, sino también a Ferenczi y Jones. Las consideraciones psicoanalíticas acerca del erotismo anal fueron explicitadas por el economista inglés; lo cual permitió aumentar en gran medida la difusión del psicoanálisis en Europa.

La asociación establecida por Freud entre las heces y el dinero, la podemos encontrar en datos de la antropología. Símbolos, leyendas y ritos religiosos recuerdan como se le ha adjudicado a las heces una relación con el oro y el dinero. También en las expresiones populares y refranes. Decimos que aquella persona que tiene riqueza “apesta a dinero” y quien no tiene nada “esta estreñido”. En el lenguaje económico se habla de “dinero líquido”, “dinero negro” o “blanqueo de dinero”.

En esta perspectiva, cuando Freud describe el desarrollo libidinal, plantea que “la caca es el primer regalo, una parte de su cuerpo de la que el lactante solo se separa a instancias de la persona amada y con la que le testimonia también su ternura sin que se lo pida... En torno de la defecación se presenta para el niño una primera decisión entre la actitud narcisista y la del amor de objeto. O bien entrega obediente la caca, la “sacrifica” al amor, o la retiene para la satisfacción autoerótica o, más tarde, para afirmar su propia voluntad. Es probable que el siguiente significado hacia el que avanza la caca no sea oro-dinero, sino regalo. El niño no conoce otro dinero que el regalo, no posee dinero ganado ni propio, heredado. Como la caca es su primer regalo, transfiere fácilmente su interés de esa sustancia a la que guarda en la vida como regalo más importante.”

Esta fase anal se sitúa aproximadamente entre el segundo y el tercer año; en ese momento los niños suelen adquirir el control de esfínteres y se caracteriza la organización de la libido bajo la primacía de la zona anal. La relación con el objeto tiene significaciones vinculadas a la función de defecación y el control del esfínter anal, como la expulsión y la retención de las heces. Estos se convierten en el prototipo de las funciones del dar y el retener, lo que permite la construcción de la equivalencia simbólica entre heces / regalo / dinero. Este proceso de simbolización dará lugar a ciertos rasgos de carácter en el adulto como el orden, la avaricia y la testarudez. De esta forma Keynes encuentra una correspondencia entre la economía y los procesos psíquicos de adquisición-incorporación-asimilación / retención-ahorro-tacaño / expulsión anal-despilfarro. Podemos decir que es uno de los primeros economistas que se preocupan por dar cuenta de los factores subjetivos en el funcionamiento de las leyes económicas. Aunque es Carlos Marx quien establece en la teoría del “fetichismo de la mercancía” el lugar de la subjetividad en el dinero en tanto “dinero-mercancía”.

El dinero como fetiche-mercancía

El esclarecimiento del carácter religioso, misterioso, fantástico o fetichista de las mercancías es uno de los aportes más importantes de Marx a la crítica de la economía política. La particularidad de la sociedad capitalista -en relación a las anteriores formas de producción- es la fetichización de las relaciones de trabajo para la producción de mercancías. Sus consecuencias fueron develadas por Marx cuando sostiene que, con la aparición del capital “El producto es fabricado como valor, como valor de cambio, como equivalente; ya no es fabricado según su relación inmediata, personal con el productor”. Este viene a ser esclavo de su necesidad tanto como de las necesidades del prójimo. Todo el poder ejercido por cada individuo sobre la actividad de los demás proviene de su posesión de los valores de cambio, del dinero, mediador de poder social.

Cualquiera que sea la manifestación y naturaleza particular de su actividad, toda ella se convierte en valor de cambio, abstracción en la que se niega y se borra toda subjetividad. Ante los sujetos indiferentes, el carácter social de las actividades y de los productos aparece proyectado en las cosas que adquieren un aspecto mágico de relaciones entre las cosas. Este carácter fetichista de las cosas y las relaciones humanas, lleva a que detrás de la relación social abstracta de los productos transformados en valores, se esconde la realidad concreta de las relaciones de los sujetos en la sociedad. En este sentido afirma Marx: “El trabajo creador del valor de cambio se caracteriza por el hecho de que la relación social entre las personas se presenta en cierto modo invertida, es decir, como una relación entre las cosas”. Y continúa “El comportamiento atomista de los hombres en el proceso social de su producción y, por lo tanto, la reificación que asumen las relaciones productivas al escapar al control y a la acción del individuo consciente, se manifiesta en primer término en que los productos de su trabajo revisten generalmente la forma de mercancías. Por ello, es que el enigma del fetiche-dinero no es otra cosa que el enigma del fetiche-mercancía, su clave definitiva”.

En cuanto a su valor, cada mercancía es expresión de una cantidad de trabajo abstracto. Es decir, de trabajo generado en las condiciones de productividad media vigentes en una sociedad determinada. Es trabajo social, un promedio de la productividad que existe en cierto momento en esa sociedad. El valor se expresa en dinero que en la sociedad capitalista se transforma en una mercancía en tanto es una relación de poder sobre las personas y las cosas. Como plantea Pablo Riesnik: “el dinero es la representación más genérica del valor como equivalente universal, de una relación social que toma la forma de cosa. Una relación social que inclusive ‘desaparece’ bajo la forma de cosa, puesto que es la cosa la que se presenta ella misma con atributos y poderes sociales. El dinero es mercancía, manifestación esencial del valor, ícono del mundo del vender y comprar”.

Es también el dinero la mediación por la cual, en la sociedad capitalista, el hombre y su fuerza creadora se transforman en objeto de alienación, puesto que el hombre enajena su capacidad de trabajar por dinero. Cambia dinero por la entrega del poder creador de su trabajo, su actividad vital por aquello que debe comprar para subsistir. El dinero, en esta mediación, es el medio de una inversión de una alienación básica, constitutiva del modo particular de existencia del asalariado moderno y de la exacción capitalista. El dinero transforma todo lo que es o puede ser, en lo contrario de lo que puede ser, es el quid pro quo en persona, es ‘verdadera fuerza creadora’ que trastoca, que invierte, que da vuelta, que transforma las cosas en personas y las personas en cosas.”

En su inicio el dinero tenía un referente de valor como el oro o la plata. Luego aparece el dinero en papel y otros mecanismos más sofisticados que, con la generalización del sistema mercantil, se han naturalizado. En la actualidad el dinero se ha liberado de la materialidad de las mercancías. Es -como lo previó Marx- más que nunca un símbolo, un hecho cultural basado en la creencia de sus emisores. Es un producto virtual que puede circular y reproducirse en las computadoras. Hay dinero bancario, dinero electrónico, bonos de deuda. Se especula con monedas y materias primas en mercados a futuro y con títulos bursátiles imaginarios. Todo esto en nombre de un consumo que ha sufrido grandes transformaciones que nos fue llevando a domesticarnos en función de las mercancías.

La mutación del consumo al consumismo: un cambio de época

Como resultado de la Revolución Industrial aparece en la sociedad capitalista la importancia que empieza a tener el consumo como forma de diferenciación social. El consumo propio de la modernidad permite diferenciar a los sectores sociales. Así la función del consumo suntuario no está relacionado con el “valor de uso” de la mercancía, sino con “el valor de cambio” en tanto afirma un estatus social. Esta es la característica de la clase media Argentina a mediados del siglo pasado, donde lo importante era la capacidad de ahorro para llegar a ese lugar idealizado representado por los sectores de alto poder adquisitivo. En la escuela se ofrecía como modelo el ahorro y el esfuerzo para conseguir bienes. La prioridad del “tener sobre el ser” -como decía Erich Fromm- llevaba a formas de alienación para diferenciarse de los sectores populares donde el consumo estaba determinado por la necesidad y la carencia. Un auto, una heladera o un televisor hacían una diferencia importante.

Esta situación cambia en los `80; la sociedad de consumo se acelera para imponer la gratificación en el “aquí y ahora”. Estas características van acompañadas de profundas transformaciones sociales y económicas a nivel mundial donde el consumidor adquiere una figura central en un mercado mundializado en el que desaparecen las regulaciones construidas por el llamado Estado de Bienestar. Como sostienen en un estudio Carla del Cueto y Mariana Luzzi: “En la década del noventa se implementaron medidas de gobierno que tendieron a trasladar las responsabilidades de lo colectivo a lo individual. Bienes y servicios que estaban garantizados colectivamente a través del Estado pasaron a estar regidos por la lógica de mercado (los servicios de salud y de educación, entre otros).

Ese pasaje estuvo acompañado de la consolidación de la idea del ciudadano consumidor, que intentaba colocar en pie de igualdad a individuos ahora más desiguales. A falta de protecciones colectivas, los más perjudicados en este proceso fueron los sectores con menos recursos para hacer frente de manera individual al nuevo escenario.” Esta situación conlleva un aumento de la desigualdad social y la marginación de grandes sectores sociales que es sacrificada en honor al dios capital. La respuesta es la “financiarización de las relaciones sociales”. Lo importante ya no es el ahorro, sino el crédito; es decir, se valoriza la capacidad que cada sujeto tiene para endeudarse. Se bancarizan los sueldos, las jubilaciones y pensiones, la Asignación Universal por Hijo. Los bancos ofrecen “Hacer tu sueldo más grande. Préstamos de hasta 500.000 pesos a tasa fija. Adelantos del 30% de tu sueldo. Beneficios de hasta el 50% en tus compras”. Aún más, el Banco Central permite la creación de cajas de ahorro para menores de edad con el fin de facilitar operaciones con tarjetas de Crédito y de Débito.

En esta perspectiva se crean mercados para los sectores populares como La Salada o el Mercado Concentrador de José C. Paz en el tercer cordón del Gran Buenos Aires. Obviamente esto no trajo una democratización del consumo popular sino, por lo contrario, un mayor endeudamiento. Como establece un informe sobre la población de menores ingresos, ésta no solo es la más endeudada, sino también la que más depende del crédito de corto plazo. Una investigación reciente mostró que “al analizar la relación existente entre los ingresos de los hogares y sus gastos, el 20% más pobre es el que presenta un sobregasto respecto de sus ingresos. Tal como señala el estudio, aunque teóricamente sería correcto inferir que los hogares pueden recurrir tanto a sus ahorros como al endeudamiento para cubrir esas diferencias, las condiciones actuales de expansión del consumo parecen abonar sobre todo la segunda alternativa.”

Si el consumo ha adquirido un lugar más relevante en la vida social no es solamente por el nivel de bienestar que ha llevado a los hogares o el hecho de que el acceso a ciertos bienes significa un reconocimiento social, sino por las características compulsivas a que lo ha llevado el capitalismo tardío. Esta mutación del consumo al consumismo tiene consecuencias en el conjunto de la sociedad que define las particularidades del proceso de corposubjetivación en el capitalismo tardío.

La corposubjetividad alude a un sujeto que constituye su subjetividad desde diferentes cuerpos. El cuerpo orgánico; el cuerpo erógeno; el cuerpo pulsional; el cuerpo social y político; el cuerpo imaginario; el cuerpo simbólico. Cuerpos que a lo largo de la vida componen espacios cuyos anudamientos dan cuenta de los procesos de subjetivación. En este sentido, definimos el cuerpo como el espacio que constituye la subjetividad del sujeto. Por ello, el cuerpo como metáfora de la subjetividad se dejará aprehender al transformar el espacio real en una extensión del espacio psíquico. Desde aquí hablamos de corposubjetividad donde se establece el anudamiento de tres espacios (psíquico, orgánico y cultural) que tienen leyes específicas al constituirse en aparatos productores de subjetividad: el aparato psíquico, con las leyes del proceso primario y secundario; el aparato orgánico, con las leyes de la físico-química y la anátomo-fisiología; el aparato cultural, con las leyes económicas, políticas y sociales. De esta manera entendemos que toda producción de subjetividad es corporal en el interior de una determinada organización histórico-social. Es decir, toda subjetividad da cuenta de la singularidad de un sujeto en el interior de un sistema de relaciones de producción.

En este sentido, la corposubjetividad da cuenta de la cultura y de la singularidad del sujeto. Por ello la cultura hegemónica actual produce los procesos de subjetivación y a su vez constituye la singularidad a partir de una subjetividad in-corporada donde la actualidad del capitalismo tardío trajo como consecuencia la precarización de la vida social y el aumento de la desigualdad hasta límites inéditos. No hay orden duradero, el pasado no existe y el futuro es vivido como catastrófico. Esta incertidumbre conlleva la imposibilidad de hacer proyectos a largo plazo. El deseo basado en la comparación, la envidia y las supuestas necesidades que permitían los procesos de subjetivación en otras épocas del capitalismo no alcanzan para vender mercancías. Por el contrario, la angustia y la incertidumbre que la propia cultura genera se ha transformado en el camino del consumismo. De allí que si el consumo es necesario para satisfacer nuestras necesidades, el consumismo es un deseo irrefrenable de consumir que, al quedar siempre insatisfecho, activa permanentemente el circuito. Los agentes del mercado saben muy bien que la producción de consumidores implica la producción de nuevas angustias y temores. Por ello en la actualidad el motor del consumismo, no es el goce en la búsqueda de un deseo imposible, sino la ilusión de encontrar un objeto-mercancía que obture nuestro desvalimiento originario, ya que se repite en la búsqueda de poder resolver lo que quedó inacabado en nuestra estructura psíquica en tanto sujetos finitos y que la actualidad de la cultura lo pone en evidencia.

En este sentido queremos destacar el pasaje de una sociedad de consumo al consumismo donde la alienación se transforma en una adicción lo cual determina la particularidad de la corposubjetivación en el capitalismo tardío. Veamos su funcionamiento. El capitalismo mundializado necesita para su reproducción de una sociedad que se sostenga en el consumismo. Esto lleva a la hegemonía de los valores simbólicos de una cultura donde aparece que la plenitud del consumidor significa la plenitud de la vida. Compro, luego existo; caso contrario me transformo en un excluido social. Es así como el consumo, como eje de la corposubjetivación y de las formas de identificación de la singularidad conlleva a interiorizar el sometimiento. Su resultado son los síntomas característicos de nuestra época, donde la depresión y la adicción ocupan un lugar destacado.

Bibliografía:

- Bauman, Zygmunt, La sociedad sitiada, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2004.
- Briggs, Julia “Virginia Wolf se reúne con Sigmund Freud”, traducción de Adán Díaz Cárcamo inédito en castellano.
- Del Cueto, Carla y Luzzi, Mariana, “Salir a comprar. El consumo y la estructura social en la Argentina reciente” en Kessler, Gabriel, La sociedad Argentina hoy. Radiografía de una nueva estructura, Siglo XXI, Buenos Aires 2016.
- Donovan, Florencia, “Las familias menores de ingresos son las más endeudadas”, diario La Nación, jueves 24 de noviembre de 2016.
- Diamante, Sofía, “Tarjetas de Débito y Crédito son también cosas de chicos”, diario La Nación, domingo 27 de noviembre de 2016.
- Carpintero, Enrique, La alegría de lo necesario. Las pasiones y el poder en Spinoza y Freud, editorial Topia, Buenos Aires, Segunda edición, 2007.
- Carpintero, Enrique, El erotismo y su sombra, El amor como potencia de ser, Editorial Topía, Buenos Aires 2014.
- Carpintero, Enrique (compilador), Actualidad de “El fetichismo de la mercancía”, Carlos
- Marx, Eduardo Grüner, Pablo Rieznik, Miguel Kohan, Oscar Sotolano y Cristián Sucksdorf, editorial Topía, Buenos Aires, 2013.
- Carpintero, Enrique, “Poder y subjetividad: las formas actuales de control”, revista Topía N° 75, noviembre de 2015.
- Freud, Sigmund (1905), “Tres ensayos de Teoría sexual”, Amorrortu, Obras Completas, Tomo VII, Buenos Aires, 1976.
- Freud, Sigmund (1917), “Sobre las trasposiciones de la pulsión, en particular del erotismo anal” en Ibídem.
- Fromm, Erich, Marx y su concepto del hombre, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 1990.
- Hernández Vargas, Carlos Rafael, “El dios de la modernidad. Para una antropología del dinero”, Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, División de Estudios Históricos y Humanos, Guadalajara, Jalisco, México en <http://www.udgvirtual.udg.mx/paakat/index.php/paakat/article/view/228/343>
- Hirschman, Albert O., Las pasiones y los intereses, Fondo de Cultura Económica, México, 1978.
- Kessler, Gabriel, La sociedad Argentina hoy. Radiografía de una nueva estructura, Siglo XXI, Buenos Aires 2016.
- Kurnitzky, H. (1978), La estructura libidinal del dinero, México, Siglo XXI.
- Marx, Karl, El capital, tomo I, Fondo de Cultura Económica, México, 2000.
- Marx, Karl, Manuscritos económico-filosóficos de 1844, en: Escritos de juventud, Antídoto, Buenos Aires, 2006.
- Marx, Karl, Elementos fundamentales para la crítica de la economía política (Borrador) 1857-1858, volumen 2, Siglo Veintiuno, Buenos Aires, 1972.
- Olmeda, Mauro, “El poderío económico de la iglesia” en <http://www.vallenajerilla.com/notabene/olmeda.htm>
- Rieznik, Pablo, “Alienación y Fetichismo, de ayer a hoy (reivindicando a Isaak Rubin)” en Carpintero, Enrique (compilador), Actualidad de “El fetichismo de la mercancía”
- Rieznik, Pablo, La pereza y la celebración de lo humano y otros escritos, Biblos, Buenos Aires, 2015.
- Spinoza, Baruch, Ética, Aguilar, Buenos Aires, 1982.
- Treszezamsky, José, “John Maynard Keynes y la deuda...con Freud” en <https://historiasdelpsicof analisis.wordpress.com/2013/06/14/john-maynard-keynes-y-la-deuda-con-freud>
- Veblen, T., Teoría de la clase ociosa, Fondo de Cultura económica, México 1978.

Editorial revista Topía n°79 Abril/2017

fuentes: <https://www.topia.com.ar/articulos/consumismo-domestica-al-sujeto-traves-mercancias>