



Sastre, Cayo (2010).

McMundo. Un viaje por la sociedad de consumo. Barcelona: Los libros del lince.

ISBN: 978-84-937562-9-1

Miguel Bratos Martín

Universidad de Valladolid

maiglesantana@hotmail.com

“La sociedad de consumo es una gran avenida hacia la realización de sueños en la que está en juego la propia supervivencia del ser humano” (p. 206) y lo que Cayo Sastre nos propone es dar un paseo por esta avenida como los *flâneurs*, de Walter Benjamin, lo hacían por los pasajes comerciales de París: observando, o quizá sólo mirando, con el objetivo de introducirnos en un sueño a través del consumo.

Pero, la moda de los pasajes desapareció porque, entre otras cosas, actualmente preferimos las experiencias simuladas que nos pongan a salvo de la inseguridad de la sociedad (Baudrillard, Jean, 1970/2009). Por eso el autor, nos invita a pasear por la sociedad, de forma segura, sin que nadie nos ataque, sin atascos ni timos económicos.

Y, sin embargo, acorde al ritmo de vida actual, será un paseo rápido, fugaz, como si de un videoclip musical se tratase, en el que grandes estrellas como Max Weber, George Ritzer o Thorstein Veblen compartirán escena con algunos personajes secundarios como un taxista con aficiones gastronómicas, el padre del autor o el propio lector, en uno de los escenarios más racionales que podemos encontrar, McDonald's, que a su vez, como nos mostrará la obra a lo largo de su lectura, parece tener un gran poder de atracción sobre el caos de las protestas anticonsumo. Tanto poder, como la Tierra tiene sobre nosotros, porque en la sociedad del consumo, el planeta se llama McMundo.

A través de anécdotas, entrevistas, escenas y un estilo claro y amable, iremos descubriendo como John Kenneth Galbraith trasladaba la demanda de los consumidores a la publicidad (p. 20-21) o lo que Marc Augé pretendía decirnos cuando nos hablaba de los no lugares (p. 28-29 y 35-37).

No se trata de un análisis en profundidad, hablamos de un paseo y no de una maratón, quizá por eso no veremos a Pierre Bordieu o Luis Enrique Alonso, pero si encontraremos, gracias al sentido del humor del autor, si no una crítica, si un cuestionamiento a las explicaciones teatralizadas del mundo que nos ofrece la Sociedad Líquida de Bauman o la McDonalización de la sociedad de Ritzer.

Y si en la obra existe este cuestionamiento, ¿por qué McMundo se une a la tendencia de utilizar McDonald's como eje del contenido?

En primer lugar, porque Sastre también cree que McDonald's constituye un buen ejemplo del funcionamiento de mundo, y en segundo, porque la identificación de McDonald's con los males de la sociedad, están tan arraigados en el imaginario social que se han convertido en una realidad (p. 40-56).

McMundo no niega la mayor, simplemente trata de ofrecer un poco de perspectiva a las críticas. Recordemos que estamos paseando, mirando, y lo que vemos puede no gustarnos, pero lo valoramos con cierta indiferencia, hasta el punto que puede resultar gracioso. Precisamente, esta relativización de los males del mundo, nos la ofrece el autor a través de su ironía.

No se trata de banalizar a grandes pensadores, ni la miseria, objetivamente real que existe en el mundo, sino de cuestionar si realmente cualquier tiempo pasado fue mejor, o es simplemente un tópico tan válido o tan nefasto como decir que el mundo es un restaurante de comida rápida. Esto es algo que puede hacer el propio lector, porque ya no hay consumidores y productores, sino “prosumidores”, es decir, consumidores que participan en la producción de lo consumido, convirtiendo este consumo en una experiencia (Rifkin, Jeremy, 2000).

El hecho de que cuando el hombre medieval compraba un tejido rojo carmesí por una pequeña fortuna, para experimentar la sensación de vestir de este color en vez de marrón pardillo, es quizá una experiencia tan fuerte como las de ahora, pero antes no teníamos un concepto tan comercial como prosumidor para explicarlo, quizá por eso ahora es diferente.

McMundo nos abre una puerta a la reflexión sin necesidad de sufrir por ello. Al fin y al cabo la sociedad de consumo es la que nos toca vivir y aún los más pesimistas tratan de hacer su vida lo más agradable posible. Para ello, le recomendamos un paseo por la sociedad de consumo, leyendo McMundo, sin ataques, atascos ni timos económicos.

Bibliografía

Baudrillard, Jean (1970/2009). La sociedad de consumo. Madrid: S. XXI

Rifkin, Jeremy (2000). La era del acceso. Barcelona: Paidós Ibérica.

Formato de citación

Bratos Martín, Miguel (2010). Reseña de Sastre (2010) McMundo. *Athenea Digital*, 19, 235-236.

Disponible en

<http://psicologiasocial.uab.es/athenea/index.php/atheneaDigital/article/view/401/782>



Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons](#).

Usted es libre de copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra bajo las siguientes condiciones:

Reconocimiento: Debe reconocer y citar al autor original.

No comercial. No puede utilizar esta obra para fines comerciales.

Sin obras derivadas. No se puede alterar, transformar, o generar una obra derivada a partir de esta obra.

[Resumen de licencia](#) - [Texto completo de la licencia](#)