

La producción social de la necesidad

El concepto de necesidad, así como el de una hipotética teoría autónoma de las necesidades, ha sido tratado desde diversos ángulos y con diferentes perspectivas por prácticamente casi todas las ciencias sociales. Pero el problema venía del enfoque abstracto y supuestamente avalatorio con que, hasta hace poco tiempo, los acercamientos académicos nos introducían en el tema. La pretensión de hallar un marco **naturalista** objetivo y general, para definir la noción básica de necesidad ha quedado definitivamente rota ante la magnífica profusión de objetos, símbolos e imágenes que la moderna sociedad industrial ha asociado indisolublemente al acto mismo de consumir, de tal modo que el concepto clásico de necesidad, que aparecía como el vínculo estable entre consumo y bienestar, deja de tener un carácter individual, fisiológico y autónomo, para desdibujarse en un espacio informe que amplía la problemática desde el campo "objetivo" de la necesidad hasta el subjetivo mundo del **deseo** y que sólo encuentra una posible vía de estudio en su contextualización histórica.

Sin embargo, un análisis profundo del tema de las necesidades no es, ni mucho menos, ocioso. Como han señalado recientemente un buen número de autores procedentes de la economía política y la administración social británica (1) el diseño de un concepto operativo de necesidad —y de su origen social— es imprescindible para fundamentar las prácticas estatales de bienestar social y más en estos momentos cuando las más foribundas embestidas contra el denominado "**Welfare State**" amenazan con desproteger y hundir definitivamente en la marginalidad a sectores de la población para los cuales el tema de la necesidad no es algo que se plantee como un elegante debate teórico, sino como una sangrante y difícil realidad cotidiana. Intentaremos desarrollar convenientemente estos aspectos polémicos, dentro de nuestras posibilidades, en las páginas que siguen.

1. La presentación convencional del concepto de necesidad y su ordenación

La forma habitual de presentar el tema de las necesidades ha sido introducir algún tipo de ordenación o graduación. de esta forma se suele separar las necesidades de tipo primario, aquellas que resultan básicas o vitales, ligadas a la supervivencia del individuo como un ente **fisiológico** de las de tipo secundario, cuyo origen estaría inducido **socialmente**. Así el antropólogo Bronislaw Malinowski (2), allá por los años 30, no sólo formulaba una jararquía de necesidades, hacia también de ella el elemento institucional profundo que articulaba **toda** sociedad. De tal modo que habría, en principio, necesidades primarias, tales como la necesidad de nutrirse o de beber, la necesidad del sueño o la necesidad de satisfacciones sexuales, etc. Habría a continuación necesidades **secundarias**, entre ellas se distinguen las necesidades **instrumentales** y las necesidades **integradoras**. En efecto, los hombres se agrupan, elaboran técnicas y ponen a punto procedimientos con objeto de satisfacer sus necesidades primarias, estos procesos, permitiendo la satisfacción de aquellas necesidades originan a su vez otras, las necesidades instrumentales: necesidades de promover la cooperación, de arbitrar los conflictos, de conjugar los peligros que amenazan a la comunidad, etc. Estas necesidades instrumentales suscitan respuestas institucionales: sistemas de comunicación (lenguaje, signos), sistemas de control social (normas, sanciones), sistemas simbólicos (creencias, rituales, magia). El juego de mecanismos institucionales crea, de cara a la satisfacción de las necesidades instrumentales, la necesidad



de mecanismos integradores más complejos: procesos de toma de decisión, legitimación de la autoridad, reglas de sucesión, etc. Nacen, por tanto, instituciones coordinadoras tales como estructuras gubernamentales, religiosas o jurídicas.

Por otra parte el psicólogo norteamericano Abraham Maslow (3) establecería una escala funcional de necesidades —muy utilizada en investigación comercial y en sociología de la empresa—, diferenciando, de entrada, un conjunto de necesidades básicas inferiores y superiores. Las necesidades básicas tienen un carácter **instintivo** y se ordenan por sí mismas en una jerarquía perfectamente definida, según un principio de potencia relativa, esto es, la satisfacción de cualquier necesidad permite que otras más débiles que habrían sido desplazadas pasen a primer plano para presentar su motivación; la satisfacción de una necesidad crea otra en un proceso que no conoce fin. Maslow distingue cinco grupos de necesidades básicas jerarquizadas funcionalmente, según el principio anteriormente citado, una necesidad de necesidades suscitará una motivación consolidada sólo cuando su nivel inmediato inferior esté saturado, los grupos son: 1.º) Las necesidades fisiológicas, asociadas a la homeostasis o equilibrio normal y constante del organismo humano; 2.º) Necesidades de seguridad o de preferencia por la pervivencia estable en el mundo; 3.º) Necesidad de posesividad y amor, ligadas al deseo del individuo de establecer relaciones afectivas con su entorno humano; 4.º) Necesidades de estima personal o auto-precio, reflejo de la evaluación que la persona hace de sí misma, con respecto a los otros, y 5.º) Necesidad de auto-desarrollo o realización, producidas

por el impulso del hombre a explicitar sus potencialidades creativas. Cuanto más inferior sea la necesidad más individualista y egoísta es el sujeto que persigue satisfacerla, sin embargo, la búsqueda y satisfacción de necesidades superiores requiere el concurso de un grupo social y, por tanto, tiene un carácter cívico y convivencial siempre deseable.

En el terreno estricto del análisis económico nos encontramos sorprendentemente con el carácter **aprobemático** que el concepto de necesidad ha gozado en la teoría económica dominante desde el utilitarismo clásico al marginalismo neoclásico (4); en el modelo mecanicista (racionalista consciente) del "**homo economicus**" la necesidad es la simple manifestación (en el comportamiento de demanda y consumo) de los estados mentales (subjetivos) del comprador, la necesidad es el deseo de disponer de un bien que tiene utilidad para producir, conservar o aumentar las condiciones de vida agradables, se excluye de esta forma cualquier criterio de distinción sobre la mayor o menor necesidad **objetiva** de los bienes, el resultado, por tanto, fue en palabras de Galbraith "divorciar la economía de cualquier juicio sobre los bienes que le conciernen. Cualquier noción sobre su necesidad y ociosidad, sobre su importancia o superficialidad fue rigurosamente excluida de su campo de conocimiento" (5).

Sin embargo Keynes (6), con su habitual habilidad para situarse en los problemas reales y superar los juegos económicos abstractos, diferenció dos clases de necesidades humanas, unas necesidades **absolutas** que se expresan en toda situación y por todos los individuos, y unas necesidades **relativas**, cuya satisfacción nos elevaría por encima de nuestro prójimo, haciéndonos sentir superiores. Si bien este segundo tipo de necesidades —las relativas— son insaciables, ya que cuanto más elevado sea el nivel social general serán también de orden más elevado las necesidades generadas, las necesidades **absolutas**, por el contrario, podrían ser satisfechas —en caso de no existencia de cualquier catástrofe bélica o demográfica— por el aparato productivo en un tiempo no demasiado dilatado, dejando de ser el problema permanente de la raza humana.

2. Crítica de la versión naturalista del concepto de necesidad

Hasta aquí hemos visto un tipo de aproximación que reclama un carácter **biológico** para el concepto de necesidad primaria y un carácter **relacional** para el concepto de necesidades superiores en sus varias versiones, de tal manera además que serían aquellas primeras las que tienen primacía en la acción social y sólo una vez cubiertas, o precisamente para cubrir las, aparecen los niveles más altos de acción individual o institucional. El problema, sin embargo, en la realidad se presenta justamente a la **inversa es la estructura social la que determina el orden de prioridad de las necesidades**, de tal manera que históricamente han sido desdeñadas las más elementales necesidades biológicas para grandes masas de individuos y, por el contrario, han funcionado mecanismos políticos y han sido satisfechos los más refinados caprichos para élites más o menos numerosas (7). Además si las necesidades fundamentales (o biológicas, o primarias, o llámeselas como se quiera) sólo pueden satisfacerse a través de un mecanismo social, por ejemplo, el mercado, dejan de tener cualquier autonomía biológica para convertirse inmediatamente en necesidades sociales o, como bien dice André Gorz, en necesidades **mediatizadas por lo social** (8).

El tema de las necesidades queda así profundamente replanteado: ya no estamos ante el resultado de un proceso "natural" sea biológico o psicológico inherente a un hombre tan abstracto como inexistente (9), estamos ante la necesidad como una **relación social**. Entonces "las necesidades concretas no pueden ser analizadas particularmente en cuanto que no existen necesidades ni tipos de necesidades aislados: cada sociedad tiene un sistema de necesidades propio y característico que de ningún modo puede ser determinante para criticar el que corresponde a otra sociedad" (10). Este sistema de necesidades resulta, por tanto, **histórico** y tiene su **génesis en la estructura productiva** de la sociedad concreta que nos sirve de referencia: "el desarrollo de la división del trabajo y de la productividad crea, junto con la riqueza material, también la riqueza y multiplicidad de las necesidades: pero las necesidades se reparten siempre en virtud de la división del trabajo: el **lugar ocupado en el seno de la división de trabajo determina la estructura de la necesidad** o, al menos, sus límites" (11).

Esta circunstancia se hace más evidente en el contexto de la actual sociedad industrial avanzada. En el desarrollo del capitalismo contemporáneo, abundancia y escasez —satisfacción y necesidad— no son dos polos contrapuestos que se anulan el uno al otro, de tal modo que el incremento del primero suprime el segundo definitivamente: ni el crecimiento tampoco es un proceso que gracias a sus efectos pueda instaurar en el ámbito del consumo los principios del liberalismo democrático, dejando la desigualdad relegada a un lugar externo de su propio avance. Por el contrario el crecimiento mismo se realiza en función de la desigualdad, esta es —a la vez— su base de actuación y su resultado: la dinámica de la producción diversificada, la renovación formal permanente y la obsolescencia planificada de los objetos no responde a ningún modelo de igualdad por el consumo, sino de **diferenciación y clasificación social** que, con cierta autonomía limitada, reproduce en el ámbito de la distribución, el orden de la diferencia que arranca de la esfera de la producción.

Así la desigualdad en el acceso al consumo, que se asienta sobre fundamentos estrictamente económicos (desigualdad del poder adquirido), se encuentra además sobredimensionada por un **factor simbólico** que la recubre y explicita. Los productos no se analizan y difunden para satisfacer las necesidades mayoritarias o que se generan en los grupos menos favorecidos de la estructura de clases; el mecanismo funciona, como era de prever, de una forma justamente inversa, los productos "nuevos" (cuyo valor de uso, en su sentido material no tiene forzosamente que presentar ninguna novedad) son creados, en principio, para convertirse en bienes superfluos impensables sin su capacidad de generar un fuerte efecto de demostración de estatus. Por este sistema se induce una dinámica **desarraigada de la necesidad**, dinámica desigual que desarrolla el consumo individual a través de la utilización con fines de interés privado de la explotación intensiva de los **deseos**, en el más genuino sentido psicoanalítico del término deseo, esto es: "como aquello mediante lo cual se indica la existencia de una carencia, lo que constituye el **negativo** siempre presente de las primeras experiencias de satisfacción" (12).

Este "**consumo ostentoso**" y la "emulación pecuniaria" habían sido, ya en 1899, colocados por Thorstein Veblen, con una agudeza fuera de lo común, como motores orientadores de la acción social y a nosotros nos sirve para colocar en sus justos términos el tema de la necesidad y el deseo: "En cuanto la posesión de la propiedad llega a ser la base de la estimación popular, se convierte también en requisito de esa



complacencia que denominamos el propio respeto. En cualquier comunidad donde los bienes se poseen por separado, el individuo necesita para su tranquilidad mental poseer una parte de bienes tan grande como la porción que tienen otros con los cuales está acostumbrando a clasificarse; y es en extremo agradable poseer algo más que ellos. Pero en cuanto una persona hace nuevas adquisiciones y se acostumbra a los nuevos niveles de riqueza resultantes de aquellas, el nuevo nivel deja de ofrecerle una satisfacción apreciablemente mayor de la que el nivel pecuniario actual se convierta en punto de partida de un nuevo nivel de suficiencia y una nueva clasificación pecuniaria del individuo comparado con sus vecinos (...). Mientras la comparación le sea claramente desfavorable, el individuo medio, normal, vivirá en un estado de insatisfacción crónica con su lote actual..." (13).

Pero esto que Veblen situaba dentro de una lógica de la diferenciación individual, en términos de interacción psicológica y de prestigio, la moderna sociedad industrial avanzada lo consagra en un plano mucho más profundo, en su estructura de clases y, por tanto, en su modelo de acumulación. La discriminación radical del **sentido** que consumir tiene en cada clase social se hace evidente en el marco de la reproducción **ideológico-simbólica**: las clases dominantes se presentan como el deseo ideal de consumo, pero debido a la innovación, diversificación y renovación permanente de las formas-objeto, este modelo se hace constantemente inalcanzable para el resto de la sociedad: en el primer caso consumir es la afirmación, lógica, coherente, completa y positiva de la desigualdad, para todos los demás colectivos consumir es la **aspiración**, continuada e ilusoria de ganar puestos en una carrera para la apariencia de poder que nunca tendrá fin (14). La **dimensión demanda** de todo este proceso se deduce de la conversión en componentes económicos

solventes de esta aspiración, de utilizar este universo del deseo —que nada tiene que ver con necesidades "primarias", "biológicas" o "naturales"— como motor del crecimiento económico, de, en una palabra, la **industrialización de la carencia** que no es la industrialización de la escasez.

3. La necesidad a la luz de la economía-política

¿Significa este orden del deseo —en el que la finalidad de la organización económica no es solamente satisfacer las demandas, sino, sobre todo, "producirlas para reproducirse" (15) —el fin de la problemática de la necesidad? La respuesta no puede ser más clara: la sociedad industrial avanzada, postindustrial, opulenta, de consumo o llámesela como se quiera no destierra para nada el tema de la necesidad la escasez o la desigualdad, simplemente lo sitúa en otro ámbito de análisis.

El primer, e importante, paso para desbloquear el problema lo dio el conocidísimo sociólogo y filósofo, de origen alemán y afincado en Estados Unidos, Herbert Marcuse quien en varias de sus obras (16) recalca la diferenciación entre necesidades falsas y verdaderas. Las necesidades falsas serían aquellas que intereses sociales particulares imponen al individuo para su represión, su satisfacción no es otra cosa más que la euforia dentro de la infelicidad, sus medios generadores y mitigadores pasan por el aparato mercantil-publicitario, controlado por las grandes empresas capitalistas, su resultado: el esfuerzo, la agresividad, la

competitividad, el control social. Sólo las necesidades que se explicitan socialmente sin ser suscitadas por un aparato inductor programado pueden ser tildadas por propiedad de verdaderas. Pero más que esta diferenciación —que nada tiene en común con aquellas "jerarquías" que vimos antes— nos interesa aquí la argumentación que la sostiene y la completa, así, para Marcuse: "El juicio sobre necesidades y su satisfacción bajo las condiciones dadas, implica normas de prioridad; normas que se refieren al desarrollo óptimo del individuo, de todos los individuos, bajo la utilización óptima de los recursos materiales e intelectuales al alcance del hombre (...). Pero en tanto que normas históricas no sólo varían de acuerdo con el área y el estado de desarrollo, sino que también sólo pueden definir en (mayor o menor) **contradicción** con las normas predominantes. ¿Y qué tribunal puede reivindicar legítimamente la autoridad de decidir? En última instancia, la pregunta sobre cuáles son las necesidades verdaderas o falsas sólo puede ser resuelta por los mismos individuos, pero sólo en última instancia; esto es, siempre y cuando tengan la libertad para dar su propia respuesta. Mientras se le mantenga en la incapacidad de ser autónomos, mientras sean adoctrinados y manipulados (hasta en sus mismos instintos) su respuesta a esa pregunta no puede considerarse propia de ellos".

Marcuse da pistas importantes para abordar el problema de la necesidad, aunque también deja en un lugar muy poco operativo el tema cuando introduce la diferencia entre falsas y verdaderas necesidades. Nosotros preferimos hablar de la diferencia entre **deseos** y **necesidades** (17), la producción

Libros para economistas

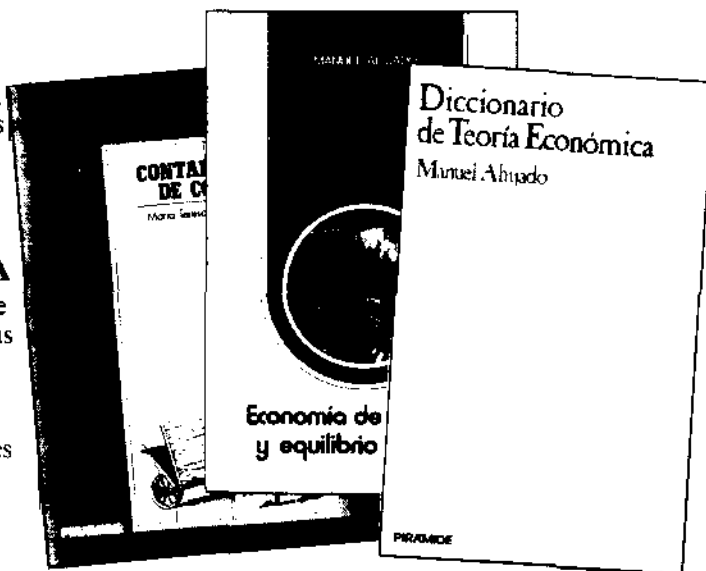
ECONOMIA Y ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Biblioteca fundamental que comprende todos los temas de interés en este amplio campo: de la teoría económica a los diversos aspectos pormenorizados de la gestión empresarial.

ESCUELA DE SALAMANCA

Los grandes tópicos de la economía actual, sus aspectos más controvertidos, en una colección de monografías de autores españoles.

Un catálogo especializado de más de cien títulos, que ofrece una respuesta científica al dinamismo de las Ciencias Económicas y de su aplicación empresarial.



DICCIONARIOS

Un auxiliar imprescindible para estudiantes, profesionales y todos aquellos que utilizan una terminología técnica que en gran parte se ha incorporado al lenguaje de uso. Una serie de diccionarios específicos: Contabilidad, Derecho y Cálculo Mercantil, Hacienda Pública, Economía de la Empresa, Banca, Bolsa, Estadística, Marketing, Teoría Económica.

ANAYA

Solicite información a
GRUPO DISTRIBUIDOR EDITORIAL
Don Ramón de la Cruz, 67 — 28001 MADRID
Tels. 401 12 00 / 04

PIRAMIDE

para el deseo es la producción característica y dominante en el capitalismo avanzado, esto es, es una producción derivada de la creación de aspiraciones **individualizadas** por un aparato cultural (y comercial), el deseo se asienta sobre identificaciones inconscientes y siempre personales (aunque pueden coincidir en miles de millones de seres) con el valor simbólico de determinados objetos o servicios habitualmente hoy en día en el campo socioeconómico manipulados por los mensajes publicitarios: la necesidad, sin embargo **es previa al deseo** y al objeto simbólico que origina ese deseo, es **social** y dado un determinado contexto universal en él, la necesidad surge, pues, del proceso por el cual los seres humanos se mantienen y se reproducen como individuos y como individuos sociales, es decir, como seres humanos con una personalidad afectivo-comunicativa en un marco socio-histórico concreto.

Los deseos tienen sus bases más o menos remotas, y en la civilización consumista actual cada vez más remotas, en las necesidades: es fácil descubrir en cada acto de consumo por muy sofisticado que este sea el sustrato de necesidad que lo apoya, pero la dinámica actual del **mercado** neocapitalista se encuentra más orientada por un proceso de estimulación de la demanda sustentando en un sistema de valores simbólicos sobreañadidos, distorsionantes, muchas veces hasta el infinito, del valor de uso (es decir, de la capacidad para satisfacer una necesidad) de la mercancía, que por el propio valor de uso.

Es aquí donde surge el problema, las necesidades no satisfechas en la sociedad industrial aparecen **no por la insuficiencia** de producción, sino **por el tipo** de producción para el deseo, o lo que es lo mismo, la necesidad como fenómeno **social** no tiene validez económica si no presenta la forma de un deseo solvente individual monetarizable, quedan así desasistidas todas aquellas necesidades que, por diverentes motivos históricos, escapan a la rentabilidad capitalista, marcando con ello los límites de su eficiencia asignativa en la medida que el mercado únicamente conoce al "**homo economicus**" —que sólo tiene entidad de comprador, productor o vendedor de **mercancías**— y desconoce al hombre en cuanto ser social que se mantiene y reproduce al margen de la mercancía. Este hecho lo ha reflejado muy gráficamente el periodista norteamericano William Meyers en su reciente y agudo estudio sobre la publicidad en su país: "los norteamericanos **dirigidos por la necesidad** son los supervivientes, la gente que lucha por mantenerse con salarios al límite de la subsistencia. Muchos de ellos viven de la Seguridad Social o de la Beneficencia o perciben el salario mínimo. Estos ciudadanos, que representan al 15 % de la población norteamericana, no son consumidores en el verdadero sentido de la palabra. Están tan ocupados con poder subsistir y llegar al final de mes, que no tienen tiempo de preocuparse por el tipo de cerveza que beben o la imagen que proyectan los cigarrillos que fuman. Estos dirigidos por la necesidad no conducen automóviles nuevos ni compran ordenadores personales y raramente tienen el dinero suficiente para ir con su familia a un restaurante rápido. En lo que a la avenida de la Publicidad se refiere el dirigido por la necesidad no existe. Son la gente que en este país se siente menos afectada por los anuncios de televisión. Cuando se es tan extremadamente pobre el dinero no llega y se compra lo que se puede. Ni siquiera los brujos de Madison Avenue pueden encontrar una cura para la pobreza" (18).

Hemos ido avanzando en este trabajo poco a poco desde la necesidad, como un concepto fundamentalmente biológico, hasta la necesidad como un concepto eminentemente **político**. El análisis de las necesidades —y de las formas de

paliarlas— nos remite "sobre todo a **elecciones** entre objetivos y fines políticos en conflicto y su formulación; analiza aquello que constituye una buena sociedad, que distingue culturalmente entre las necesidades y aspiraciones del hombre social en contradicción con las del hombre económico" (19). La forma en que se convierte una necesidad percibida en una necesidad **normativa** —esto es, oficialmente reconocida por las instituciones políticas (20)— es, por tanto, un proceso de decisión social. Lo que tenemos que garantizar, pues es que la esfera de la decisión de la necesidad sea la esfera de la **participación y no de la dominación**, que el ámbito de la política no sea la reproducción de los poderes establecidos, sino donde estos se limitan, fijándose los fines y los medios sociales a partir de un debate explícito y abierto. Las necesidades o son determinadas políticamente —participativamente o serán sistemáticamente desdeñadas, o, si pueden tener alguna solvencia económica, manipuladas y convertidas en deseos mercantiles.

En función de la estructura política que se construya tendremos el lugar que las necesidades ocupan en los objetivos sociales (21), desde un espacio **residual**, relegadas siempre y en todo lugar al funcionamiento del mercado y "maquilladas" vergonzosamente en aquellos puntos donde la asignación no ha funcionado de forma evidente (y cruel), a un espacio **central** institucional redistributivo que ponga siempre por delante los valores de uso a los valores de cambio-signo. El primer modelo significa la **negación de lo social**, el segundo la constitución de una **sociedad solidaria** (22). Hoy, más que nunca, parece que los dos modelos



deben analizarse, estudiarse y sopesarse con profundidad, hoy, igual que siempre, desde las posiciones más cómodas y acomodadas solo plantearse el debate es descalificado con gruesos argumentos, como dice Galbraith con el buen criterio de su prosa: "Sugerir que examinemos nuestras necesidades publicas para ver donde la felicidad puede ser aumentada por más y mejores servicios tiene un tono marcadamente radical. Incluso es necesario defender hasta aquellos servicios que sirven para evitar los desordenes. Por el contrario, quien idea una panacea para una necesidad no existente y promueve ambas con éxito sigue siendo un prodigio de la naturaleza" (23). Sin embargo, es un debate pendiente que resulta cada día más necesario para fijar el estado real de nuestra civilización, incluso si lo demoramos puede que esta última palabra "civilización" se quede solo en eso, en la palabra vacía. ■

NOTAS

Debo agradecer a los profesores Alfonso Ortu y Gregorio Rodríguez Cabrero del Departamento de Sociología de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Autónoma de Madrid, así como al profesor Juan San Roman del Departamento de Hacienda Pública de la misma Universidad, sus comentarios y ayudas para la redacción de este trabajo.

- (1) Véase, por ejemplo, los trabajos de L. Doyal e I. Gough, "A theory of human needs", en *Critical Social Policy*, n.º 10, verano 1984, P. Foster, *Access to welfare*, Londres, Mac Millan, 1983, y J. Bradshaw, "The concept of social need", en M. Fitzgerald y otros (Eds.), *Welfare in action*, Londres, Routledge/The Open University Press, 1977.
- (2) B. Malinowski, *Una théorie scientifique de la culture et autres essais*, Paris, Sewil, 1968, págs. 105 y ss.
- (3) A. H. Maslow, *Motivación y personalidad*, Barcelona, Sagitario, 2.ª ed. 1975, págs. 85-159.
- (4) Véase a este respecto el importante artículo de J. M. Navero, "El fetichismo del consumo", en *Transición*, n.º 28, enero 1981.
- (5) J. K. Galbraith, *The affluent society*, Harmondsworth, Middlesex, Penguin Books, reimp. 1975, pag. 144.
- (6) J. M. Keynes, *Essays in persuasion*, citado por Galbraith, op. cit., pag. 147.
- (7) J. Baudrillard (*Pour une critique de l'économie politique du signe*, Paris, Gallimard/Tel, 1976, págs. 84-85) describe acertadamente este proceso cuando dice: "De hecho, el 'mínimo vital antropológico' no existe: en todas las sociedades está determinado residualmente por la urgencia primordial de un excedente: la parte de Dios, la parte del sacrificio, el gasto suntuario, el beneficio económico. Es esta parte para el lujo lo que determina negativamente el nivel de supervivencia y no a la inversa (ficción idealista). En todas partes existe la primacía del beneficio, del provecho, del sacrificio en la definición de la riqueza social, primacía del gasto 'inútil' sobre la economía funcional y la subsistencia mínima". Por otra parte el clásico historiador alemán W. Sombart, en su obra *Lujo y capitalismo*, Madrid, Alianza, 1979, realiza un fascinante estudio de cómo el lujo es un potente impulsor del desarrollo económico y especialmente de cómo las mercancías superfluas tienen un papel fundamental en la génesis histórica del capitalismo.
- (8) A. Gorz, *Estrategia obrera y neocapitalismo*, México, Era, 1969, págs. 143-144.
- (9) Para ampliar las críticas a los acercamientos "biologistas" o "psicologistas" al tema de las necesidades cfr. F. Godard,



"De la notion de besoin au concept de pratique de classe", en *La Pensée*, diciembre 1972.

- (10) A. Heller, *Teoría de las necesidades en Marx*, Barcelona, Peninsula, 1978, pag. 115.
- (11) *Ibid.* pag. 23.
- (12) P. Fedida, *Dictionnaire de la psychanalyse*, Paris, Larousse, 1974, voz "deseo".
- (13) Th. Veblen, *Teoría de la clase ociosa*, México, FCE, Reimpresión, 1974, págs. 37-38.
- (14) J. Baudrillard, *Pour une critique de l'économie politique du signe*, op. cit., págs. 77 y ss.
- (15) M. Guillaume, *Le capital et son double*, Paris, PUF, 1975, pag. 48.
- (16) H. Marcuse, *El hombre unidimensional*, Barcelona, Seix Barral, 1972, págs. 34-36 y también, *Centre-revolution et révolte*, Paris, Sewil, 1973, págs. 27-47.
- (17) Nuestra diferenciación entre deseos y necesidades es una adaptación para nuestros objetivos particulares de la que hacen Gough y Doyal en "A theory of human needs", art. cit., págs. 11-14.
- (18) W. Meyers, *Los creadores de imagen*, Barcelona, Planeta, 1986, págs. 30-31.
- (19) R. M. Titmuss, *Política social*, Barcelona, Ariel, 1981, págs. 65-66.
- (20) Bradshaw, "The concep of social need", art. cit. págs. 36-37.
- (21) Titmuss, *Política social*, cit., págs. 38-39.
- (22) Para un estudio en profundidad de los dos modelos, véase P. Ronsavallon, *La crise de l'Etat-providence*, Paris, Sewil, 2.ª ed. aumentada, 1985, especialmente págs. 87-106 y 109-138, respectivamente.
- (23) Galbraith, *The affluent society*, cit., pag. 220.