
PRESENTACIÓN

A TRAVÉS DEL ESPEJO: EL MUNDO FANTÁSTICO DE THORSTEIN VEBLEN

José Castillo Castillo

Universidad Complutense

E-mail: castillo@eucmax.sim.ucm.es

El conspicuo libro *La teoría de la clase ociosa* continúa mostrándose hoy día tan inteligente, divertido y demoleedor como hace cien años, cuando se publicó por vez primera. Con él, un economista descontento con la ciencia económica de su tiempo, ponía los cimientos de la sociología del consumo, que sólo ahora empieza a dar señales de notoriedad académica; justo en la sociedad de la abundancia, cuyos ostentosos comienzos tan mordazmente denunciara. Una paradoja más que se añade a las muchas que marcaron la vida de Thorstein Veblen.

1. Al comienzo mismo de su actividad sociológica, como si del desarrollo de un plan se tratara, Veblen presenta en un par de artículos —«The instinct of workmanship and the irksomeness of labor» (1898) y «The barbarian status of women» (1899)— conceptos capitales de su doctrina, que completará posteriormente en dos de sus libros más significativos —en *The Instinct of Workmanship and the State of the Industrial Arts* (1914) y en *The Theory of the Leisure Class: an Economic Study in the Evolution of Institutions* (1899), respectivamente—. Los dos artículos se publicaron en el *American Journal of Sociology* poco antes de la aparición de *The Theory of the Leisure Class*. El uno y el otro se complementan, al exponer el primero el *instinto constructivo* de la *laboriosidad útil* y el segundo el *instinto destructivo* de la *distinción envidiosa* (Castillo, 1996: 149-168). Ambos consisten fundamentalmente en un imaginativo

—por no decir imaginario— recorrido por el pasado remoto de la humanidad de la mano de la antropología evolucionista del siglo XIX. En estas arriesgadas incursiones, Veblen se suele apoyar, al uso de la época, en estudios antropológicos de pueblos *primitivos* contemporáneos. De aquí su muy escaso valor científico; no es lícito servirse de la realidad presente de un pueblo *salvaje* como ejemplo de una etapa, más o menos remota, de la evolución de la especie humana: se trata de un ejemplo palmario de historia conjetural, como él mismo gustaba llamar a los relatos pseudohistóricos carentes del debido fundamento científico. De todos modos, ya en estos primeros artículos se ponen de manifiesto los presupuestos teóricos de Veblen. El punto de partida de su pensamiento sociológico —como bien lo expone Douglas F. Dowd— es convencional: la conducta humana es producto de dos factores principales, el hombre en cuanto animal y el hombre en cuanto ser social; de este hecho deriva el conflicto siempre presente en el hombre y en la sociedad; dentro del hombre mismo se libra una constante lucha entre los *instintos constructivos* y *destructivos*; este conflicto es tanto efecto como causa de una tensión similar en la sociedad; el resultado es un continuo cambio social, para bien o para mal, dimanante de la lucha interior del hombre y de la lucha entre hombres organizados en variados grupos contendientes (naciones, clases, sexos, etc.); el objeto de esta lucha —supervivencia, bienestar, consideración social, dominio, logro— es congruente con su fuente; el resultado es incierto, es cuestión de *causas y efectos opacos* o *tendencias ciegas*. Veblen entendía la evolución social al modo de una contienda entre los elementos creadores y destructores de vida tanto en el hombre como en la sociedad, confiando débilmente en el eventual triunfo de los primeros (Dowd, 1966: 19). Se trata, por tanto, de un tipo de teoría con un regusto antiguo, con un lenguaje pasado de moda —plagado de términos biológicos como los de evolución, instinto, raza— e ideológicamente equívoca. Pero que, en manos de Veblen, se convierte en algo muy distinto, incluso contrario, del darwinismo social. No le impide, de un lado, hacer uso de conceptos —con sus nombres actuales o con otros— como los de clase social, estatus, cambio y conflicto sociales, élite, función latente, de una evidente modernidad; de otro, manifestar los valores que daban sentido a su vida, los de un demócrata que, ante todo, aborrecía la concentración de cualquier clase de poder, la violencia social y el dominio de lo irracional sobre la mente y las acciones de los hombres (Dowd, 1966: 22).

2. En 1899, con cuarenta y dos años, Veblen aún encontraba dificultades para lograr la renovación de su contrato en la Universidad de Chicago. Por entonces, un mes después de la aparición de «The barbarian status of women», dio a la imprenta su primer libro, *The Theory of the Leisure Class*. Tuvo que revisarlo a fondo varias veces antes de que los editores lo aceptaran. Debieron de ver en él tan escasas posibilidades mercantiles que Veblen se vio obligado a depositar una fianza (Dorfman, 1934: 174). Resulta tentador —escribe Galbraith— el conjeturar acerca de las razones de esta renuente actitud por parte de la editorial: difícilmente —arguye— el manuscrito pudo adolecer de

defectos técnicos o gramaticales; y tampoco era Veblen un escritor bisoño; por consiguiente, es de suponer que el insólito y perverso uso de las palabras, junto con su desconcertante ironía y despiadado ataque a las instituciones más sagradas, fueran motivos más que suficientes para poner en guardia a cualquier editor celoso de su negocio (Galbraith, 1974: XX-XXII). Todavía en 1904, con ocasión de la publicación de *The Theory of Business Enterprise*, se le pidió que contribuyera de su propio peculio al coste de la encuadernación, no constituyendo suficiente garantía comercial la previa aparición de *La teoría de la clase ociosa*; a Veblen le costó esfuerzo y dinero el abrirse paso en el mercado del libro de su país (Galbraith, 1974: XXXII).

3. Según relato personal a un amigo, las ideas centrales de *La teoría de la clase ociosa* ya se habían formado en su adolescencia, en gran medida gracias a las observaciones de su padre (Dorfman, 1934: 174). Por lo que, desde un principio, su primer libro goza en su propio pensamiento del rango de obra primordial, como de hecho llegó a suceder: parte sustancial del posterior *corpus* teórico vebleniano ya estaba contenida en *La teoría de la clase ociosa*. El que iba a ser su segundo libro tuvo una génesis más común: el próximo libro —deja escrito en una carta en 1900— ya tiene título, se va a llamar *The Instinct of Workmanship*, no tengo duda de que lo escribiré en un plazo breve —acabó publicándose en 1914—, pero confieso que desconozco qué cosa o qué clase de cosas compondrán este nuevo libro (Dorfman, 1934: 197). En este caso surgen dudas y retrasos, como es habitual en la creación intelectual y no es producto de inspiración juvenil alguna. *La teoría de la clase ociosa* nació, en cambio, marcada por el sello de la originalidad, descollando a este respecto dentro del conjunto de la obra vebleniana, de por sí original. Cosa, por otra parte, tampoco demasiado extraña; ya en sus años formativos, Veblen daba muestras visibles de su posterior estilo y método: en uno de sus ejercicios de retórica defendió la postura de un hipotético sujeto dado al vicio de la bebida; en otro salió en defensa del canibalismo; un miembro del jurado, ante la creencia de que Veblen sentía simpatía por el hábito de la embriaguez, se vio obligado a objetar; con lo que —ironiza Galbraith— se podría llegar a la conclusión de que, en aquellos tiempos, en una universidad confesional del Medio Oeste, el canibalismo resultaba más aceptable que la dipsomanía; Veblen replicó con el razonamiento que había de emplear por el resto de sus días: el de que no estaba haciendo juicio de valor alguno; él no era partidario de la bebida; su argumentación era puramente científica (Galbraith, 1974: XV).

4. La acogida del libro en los medios de expresión cultos no fue entusiasta: tomaron nota del mismo en primer lugar los no especialistas; después y con retraso, economistas y sociólogos; las primeras críticas de unos y otros fueron claramente desfavorables. D. Collin Wells sentenciaba en *The Yale Review* que libros como éste, escritos por aficionados, son causa del descrédito de la sociología entre científicos serios; que las escasas referencias a la economía son infundadas y falaces; que no es legítimo clasificar bajo una misma denominación, como la de *leisure class*, grupos tan diversos como los bárbaros de los pue-

blos primitivos y los ricos de las sociedades modernas; que el libro está plagado de proposiciones *ex cátedra*, a menudo de naturaleza revolucionaria e inquietante; que no tiene parangón como colección de falsedades; que la distinción más falaz es la que establece entre instituciones pecuniarias e instituciones industriales; que el punto culminante se alcanza con la comparación artificial del hombre pecuniario ideal con el delincuente ideal, esto es, el criminal (*apud*, Dorfman, 1934: 191). John Cummings, antiguo colega de Veblen, escribe un largo comentario de treinta páginas en *The Journal of Political Economy*. Su crítica se centra en el análisis que Veblen hace de la moderna empresa de negocios: el supuesto básico del libro —sostiene Cummings— parece ser el de que la adquisición de dinero es depredadora, como se infiere de la distinción fundamental realizada por el autor entre las útiles ocupaciones industriales y las improductivas ocupaciones pecuniarias; tanto el supuesto como la distinción son, obviamente, inconsistentes con los hechos; la renta del capitán de industria es elevada por el hecho obvio de que la sociedad necesita sus servicios, remunerándole en consecuencia; el magnate industrial o financiero se gana de verdad sus 25.000 dólares al año de igual modo que el cavador de zanjas se gana su dólar y medio al día, porque es la sociedad la que les paga sus salarios; el léxico de Veblen recuerda la tesis marxiana que presenta al capitán de industria como ladrón; su insistencia en que no incurre en juicios de valor cuando emplea términos manifiestamente éticos indica a las claras que es todo un maestro en dialéctica sofística (*apud*, Dorfman, 1934: 191-192). Estas y otras glosas críticas le llevan a J. Dorfman a afirmar que los primeros comentaristas de *The Theory of the Leisure Class* reaccionaron con un espíritu semejante al de los filósofos conservadores ante la doctrina de la evolución de Darwin (Dorfman, 1934: 191-192). Afortunadamente para Veblen —añade su biógrafo—, a Edward A. Ross le gustó tanto el libro, en particular por su alegato en favor de la emancipación de las mujeres, que le mostró una copia a su tío, Lester F. Ward, a quien también le sedujo; Small pidió a este último que hiciera el comentario crítico del libro para el *American Journal of Sociology*; la recensión, que, conforme declaró el propio Ward, había sido la mejor que jamás había escrito, apareció en el número de mayo de 1900; en ella rechazaba vigorosamente la acusación de que Veblen hubiera atacado a las instituciones establecidas; todo examen de genealogía cultural —aducía Ward al respecto— ofende siempre a los defensores del orden constituido; Veblen no hace sino mostrar la gestación del despilfarro económico causado por las fuerzas conservadoras. Ante esta apreciación crítica tan halagadora, Veblen escribió a Ward: «Deseo expresarle mi vivo aprecio por el honor con que me ha distinguido en su extenso y elogioso comentario... su completa aprobación me ha procurado más placer que cualquier otra cosa acaecida en conexión con el libro, y confío en que no acabe por desarrollar en mí una intolerable vanidad.» Dicho lo cual, Veblen siguió pensando que Ward no había sabido apreciar del todo su punto de vista, juicio que hacía extensivo a todos aquellos que contribuyeron a dar popularidad al libro, a los que conceptuaba sin miramientos de crédulos y

estúpidos (Dorfman, 1934: 187 y 194-195). Tras su muerte, *The Nation* habló de su mordaz ingenio y de su extraordinario talento para descubrir significados enteramente nuevos en hechos viejos, y el *Economic Journal*, que sólo había comentado uno de los libros de Veblen, en 1925 tomaba nota de la novena reedición de *La teoría de la clase ociosa*, veintiséis años después de su publicación original (Galbraith, 1974: XXXVI).

5. Desde el punto de vista literario, el libro —como observa, en dudoso elogio, J. Dorfman— es digno de una tesis doctoral en literatura inglesa, con lo que parece aludir a méritos sobresalientes, pero también a una singularidad desmedida. De este mismo modo de pensar parece que era el propio autor, como se desprende de que, al leer pasajes del manuscrito a algunos de sus antiguos estudiantes, les advierte —mascullando, como solía— de que, en el caso de emprender su lectura, lo encontrarían *polisilábico*, o, lo que es lo mismo, escasamente conforme a la lengua inglesa (Dorfman, 1934: 191). Dada la originalidad literaria del libro, no es de extrañar que haya sido objeto de los juicios más diversos y encontrados. Por lo pronto, la precitada observación de J. Dorfman no gana en claridad cuando la remata añadiendo que el extenso uso, por parte de Veblen, de recursos literarios, junto con un lenguaje oscuro y agudos contrastes y comparaciones, de variable significado, rara vez se han igualado en un estudio del mundo económico y social, lo que ciertamente es verdad. No menos ambiguo es el comentario de Lester F. Ward cuando observa que el libro abunda en expresiones tersas, agudas antítesis y curiosas aunque acertadas frases. Más conciso y tajante —y un punto irónico— fue su primer comentarista en *The Yale Review*, D. Collin Wells, quien halla su uso de la lengua inglesa fútil, arcaico y molesto, en clara correspondencia con sus propios cánones de despilfarro ostentoso (*apud*, Dorfman, 1934: 191). Para John K. Galbraith, *La teoría de la clase ociosa* es una obra maravillosa y, en su peculiar manera, una obra maestra de la prosa inglesa; aunque agrega: el estilo de Veblen no puede leerse como el de cualquier otro autor; Veblen ilustra, divierte y deleita, pero sólo si se le dedica bastante tiempo; resulta difícil separar el idioma de Veblen de las ideas que transmite; las ideas son agudas, incisivas y desafiantes; pero también su escritura es un arma; Veblen sobresalta a quien lo lee con unos significados perversamente escogidos; éstos rara vez se apartan de lo sancionado por el uso más preciso y exigente; pero en el contexto son, al menos, inesperados (Galbraith, 1974: XX-XXII). Gran parte del desconcierto producido por la lectura del libro proviene de su evidente carácter irónico: su estilo —escribe C. Wright Mills— lo convierte en el único escritor cómico de entre los modernos científicos sociales (Mills, 1953: VI). Y —según confesaba Grama Hough en *The Listener*— Veblen perdura como uno de los escasos escritores que nos hacen reír a carcajadas en un abarrotado vagón de tren (*apud*, Riesman, 1953: 110). Sólo que, en opinión del propio Veblen, él no había escogido ni cultivado deliberadamente el estilo humorístico: le bastaba con describir la realidad social tal y como ésta se ofrecía a cualquier espectador interesado: la ironía provenía de la propia naturaleza de los hechos relatados.

Lo que no por ello la hacía más tolerable para el lector ordinario: ¿cómo aceptar de buen grado su definición de púlpito como *consagrado orificio para la exudación de los productos de desecho del organismo cultural*, si uno es devoto o, en todo caso, carece de sentido del humor?

6. *La teoría de la clase ociosa* ha sido considerado un brillante ejercicio de elaboración de funciones latentes. Así lo puso de relieve hace tiempo Robert K. Merton: la paradoja vebleniana —la de que las funciones directas o manifiestas no explican completamente las pautas dominantes de consumo— consiste en que la gente compra bienes costosos no tanto porque son superiores, sino porque son costosos (Merton, 1957: 69-70). O, expresado con palabras de Galbraith, el gran hallazgo de Veblen estriba en mostrar que la posesión y consumo de bienes son el estandarte que proclama, según las normas aceptadas por la comunidad, que su poseedor es un hombre de éxito; en este sentido, al revelar lo que antes no se había advertido, *La teoría de la clase ociosa* constituye un gran logro científico (Galbraith, 1974: XXV). En su indagación sociológica, muchos aspectos de la vida cotidiana, relacionados con el consumo y el ocio, cobran un nuevo e inquietante significado. Thorstein Veblen se nos presenta como un consumado maestro en darle la vuelta a las versiones establecidas sobre el mundo circundante. Como también en sacarle partido teórico a la observación de hechos triviales. Tal es el caso del ingenioso uso que hace de los peculiares lances del corsé a través de culturas y clases sociales diversas para, por esta vía indirecta, determinar el tamaño y consistencia de la clase ociosa: en las comunidades industriales más avanzadas —escribe Veblen— no se usa el corsé sino dentro de ciertos estratos sociales; las mujeres de las clases más pobres no lo emplean habitualmente; en esas clases las mujeres tienen que trabajar duramente y no les sirve de gran cosa fingir el ocio crucificando su carne en la vida cotidiana (Veblen, 1974: 190). O del bastón, para resaltar los rasgos sociales que distinguen al hombre de la mujer: el uso del bastón —vuelve a ilustrarnos Veblen— predomina en los hombres de la clase ociosa; no así en las mujeres, salvo en los casos de invalidez, con lo que se señala la incapacidad de éstas para el trabajo útil. De modo que el corsé, el bastón, los tacones, los sombreros, el cuerpo femenino, el traje talar, los perros, las libreas de los criados y otros muchos objetos y seres de aparente futilidad o de común condición constituyen el preciado objeto de estudio de nuestro autor, en cuanto que importan a la clase ociosa; esto es, a la pequeña, pero significativa, colectividad de norteamericanos que durante los dos últimos decenios de la pasada centuria componían el sector más petulante y vanidoso en el escenario social de los Estados Unidos y, poco a poco, también en el europeo; estos norteamericanos —observa Galbraith— representaban entonces en París o en La Riviera lo que significarían más tarde, sucesivamente, los magnates griegos, iraníes y árabes en Saint Moritz, Gstaad y Marbella (Galbraith, 1992:191).

7. La influencia de *La teoría de la clase ociosa* en el pensamiento social ha sido, a lo largo de su ya dilatada existencia, escasa y en todo caso difusa, salvo desde muy pronto en determinados medios radicales norteamericanos y,

recientemente, en el campo especializado de la sociología del consumo; por el contrario, su repercusión en la cultura de masas de la sociedad estadounidense ha sido grande, aunque desacertada. En 1936, el británico John A. Hobson —en referencia a los medios universitarios— daba cuenta de que hasta entonces no se había prestado mucha atención al pensamiento de Veblen, ni siquiera en los Estados Unidos, y que en Inglaterra apenas si era conocido entre los estudiantes de ciencias sociales, con excepción de un pequeño grupo que había leído su *Teoría de las clases ociosas* (*sic*), si bien —puntualizaba—, dado su desconocimiento de la evolución moderna de la sociedad norteamericana, éstos consideraban a dicha obra más bien como obra satírica que como obra científica (Hobson, 1978: 1). En cambio, por las mismas fechas —según relato de Dorfman—, Veblen se había convertido en un dios para todos los intelectuales radicales de los Estados Unidos, a pesar de que él los despreciaba; en los círculos intelectuales de Nueva York, no era raro encontrarse con alguien dispuesto a saludar con una cita de *La teoría de la clase ociosa*; se apreciaba en particular su punzante ironía; fue tenido por muchos como un verdadero maestro en el uso del idioma; expresiones como *consumo ostentoso*, *ocio vicario* y *derroche ostentoso* se empleaban a modo de insultos; de la noche a la mañana, se transformó el lenguaje de los universitarios, y se decía que a los lectores de Veblen se les podía distinguir por el habla; los colegas de Veblen no salían de su asombro ante la fama alcanzada por éste; y los círculos artísticos intentaban sin éxito que les distinguiera con su presencia (Dorfman, 1934: 196-197). A comienzos del decenio de los años cincuenta, un declarado epígono de Veblen, C. Wright Mills, compendia sentenciosamente la plural y paradójica influencia vebleniana en el pensamiento radical estadounidense: Veblen —sostiene Mills— hubiera apreciado el destino que le ha tocado en suerte a su obra; una mente opuesta a las modas, no obstante, ha establecido una moda de pensamiento; herético, sus puntos de vista han sido recibidos por el canon del pensamiento social norteamericano; realmente, sus perspectivas han sido tan completamente aceptadas que uno está tentado a afirmar que no hay otra norma para la labor crítica que el canon establecido por el propio Veblen; todo lo cual parece demostrar que resulta difícil no dejar de ser crítico de una sociedad que le divierte tanto la culpa como la alabanza (Mills, 1953: VI). Pero puede que la repercusión más inesperada de *La teoría de la clase ociosa* en la sociedad norteamericana haya sido precisamente la que tuvo lugar sobre la propia clase ociosa, convirtiéndola en ejemplo de sobriedad antiostentosa. Otro conspicuo vebleniano, David Riesman, describía en el decenio de los años cincuenta este paradójico proceso: La crítica del consumo ostentoso acometida por Veblen ha tenido un intenso efecto reformador sobre nuestra cultura de clase media; el millonario extravagante ha muerto y una respetuosa actitud antiostentatoria parece difundirse por nuestras prácticas de ocio y consumo; si Veblen viviera todavía, se asombraría de la influencia que ideas como las suyas han tenido sobre los propios ricos instruidos, hasta el punto de transformarse en una especie de leyes suntuarias; algunos de los ricos, sintiéndose aco-

sados por todas partes, tomaron el libro como pauta de lo que no había que hacer; de hecho, expresiones como *consumo ostentoso* o *distinción envidiosa* son hoy día tan corrientes en nuestro lenguaje que para muchos lectores el libro ha perdido su poder esclarecedor de la escena contemporánea (Riesman, 1953: 170-171). Ante semejante situación, contagiado por la característica ironía vebleniana, John K. Galbraith sugiere que a los magnates de la industria y de las finanzas de los Estados Unidos les queda por ventura la posibilidad de viajar a Europa: Tanto La Riviera como París y Suiza se han sustraído a la influencia de Veblen; allí el consumo en su máxima expresión sigue siendo prestigioso; allí los norteamericanos ricos pueden acudir todavía para procurarse el goce ilimitado de la riqueza y a hacer alarde de la misma, cosa que se les niega en su país como consecuencia de la sutil crítica a que les sometió Veblen (Galbraith, 1992: 194). Unos decenios antes, David Riesman había hecho una propuesta semejante a la de Galbraith, aunque pensando en el consumidor común: Hoy día —advertía aquél—, si queremos encontrar la vieja espléndida alegría del consumo ostentoso conviene que viajemos a Sudamérica o a España, donde la revolución de los *blue-jeans* aún no ha llegado (Riesman, 1953:184). En la actualidad, por suerte o desgracia, el consejo de Riesman ha perdido todo su sentido: ya no hay lugar en el mundo que no haya sido sacudido por la revolución indumentaria de los *blue-jeans*.

8. Thorstein Veblen ha llegado demasiado tarde a la sociología del consumo, o puede que ésta haya tardado demasiado en madurar. El caso es que los conceptos veblenianos de mayor fama, y en particular el de *consumo ostentoso*, han perdido eficacia explicativa. Por lo pronto, lo que en tiempos era para la gran mayoría función oculta, que en poniéndola al descubierto permitía al consumidor ganar en discernimiento, ahora es hecho de conocimiento común, que en nada nos ilustra. Se trata —como bien razona Riesman— del cometido de la ideología actuando sobre los individuos en el interior de su propia clase: Veblen falló en prever que muchos individuos de los estratos mejor educados llegarían a entrar en conocimiento del veblenismo, y aprenderían de él la crítica a su consumo, con lo que ésta se convertiría en parte integrante de su propio moldeamiento social; en consecuencia, no se deben pasar por alto las nuevas constricciones que el *consumo no-ostentoso* —o el *no-consumo ostentoso*— entraña al hacer a los individuos temerosos de sus presuntuosas exhibiciones, por las que antes hubieran vendido su alma al diablo: el miedo de ser envidiados —concluye Riesman— ha reemplazado en muchos al miedo de envidiar a otros (Riesman, 1953: 174-177). Mas el acicate de la *emulación pecuniaria* ha perdido fuerza no sólo combatido por el veblenismo, sino también al no encontrar base suficiente en la estructura social de la sociedad de consumo de masas. La sociedad que tan mordazmente nos pintara Thorstein Veblen en *La teoría de la clase ociosa* no era una sociedad en la que dominara la abundancia, sino la escasez. Concreta circunstancia histórica que le permitió a Veblen colocar en el centro mismo de su teoría sociológica su concepto del *consumo ostentoso*, ya que esta peculiar expresión de la vanidad humana sólo

destaca sobre el fondo de una sociedad menesterosa. De aquí que, al difundirse el bienestar material por todas las capas sociales —como ocurre en la sociedad opulenta—, la nueva acepción de *consumo ostentoso* se quede corta, ya que le falta el fundamental elemento de la altanería. O, lo que es lo mismo, para que el sentimiento de altivez persista con toda su pujanza se requiere una acusada desigualdad en el reparto de la riqueza; cuando, por el contrario, la desigualdad se reduce, el afán de emulación se debilita. El consumidor ostentoso de Veblen —el magnate de la clase ociosa— no se guía por el parecer ajeno, sino por su propio y firme criterio: le mueve un ímpetu de superación constante, a tono con lo encumbrado de su posición social. En tanto que los consumidores de la nueva clase media de nuestros días se dejan llevar por el parecer de los demás, careciendo de ideas propias. El paso de la limitada clase ociosa a la sociedad de consumo de masas significa, por tanto, el empequeñecimiento de las pasiones que mueven a los hombres: a la poderosa arrogancia le ha sustituido la mezquina ansiedad; el consumidor vebleniano ambiciona ser más, en tanto que el consumidor contemporáneo sólo aspira a no ser menos, o, quizás, en el mejor de los casos, a ser distinto (Castillo, 1991: 67-68).

9. Y, como remate a esta presentación de algunos textos de Thorstein Veblen, valga el acertado comentario de C. Wright Mills en su introducción a *The Theory of the Leisure Class*: en un mundo desdichado como el nuestro, el estilo de Veblen resulta tan divertido que uno desearía que no decayera lo más mínimo en beneficio de la salud de todos; a pesar de que no podamos estar seguros hoy día del verdadero significado de su pensamiento, su intención es inconfundible y saludable: *Veblen ha hecho de todos nosotros Alicias y nos ha dejado caer a través del espejo en el mundo fantástico de la realidad social* (Mills, 1953: XIII). La mirada sociológica de Veblen constituye un estupendo antídoto para combatir la *infinita literalidad* de cuanto nos rodea.

BIBLIOGRAFÍA

- CASTILLO, José (1991): «Consumo y bienestar», en J. Vidal-Beneyto (ed.), *España a debate. La sociedad*, Editorial Tecnos, pp. 55-69.
- (1996): «La conducta bárbara de las mujeres: la singular sociología de Thorstein Veblen», en María A. DURÁN, *Mujeres y hombres en la formación de la teoría sociológica*, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid, pp. 149-168.
- DORFMAN, J. (1934): *Thorstein Veblen and his America*, Viking Press, Nueva York.
- DOWD, Douglas F. (1966): *Thorstein Veblen*, Washington Square Press, Nueva York.
- GALBRAITH, John Kenneth (1974): «Thorstein Veblen y la Teoría de la clase ociosa», en T. VEBLEN, *Teoría de la clase ociosa*, Fondo de Cultura Económica, México, pp. VII-XXXVI.
- (1992): *Historia de la economía*, Editorial Ariel, Barcelona.
- HOBSON, John Atkinson (1978) [1936]: *Veblen*, Fondo de Cultura Económica, México.
- MILLS, C. Wright (1953): «Introduction», en Thorstein VEBLEN, *The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions*, New American Library, Nueva York, pp. VI-XIX.
- RIESMAN, David (1953): *Thorstein Veblen: A Critical Interpretation*, Charles Scribner's Sons, Ltd., Nueva York.
- VEBLEN, Thorstein (1898): «The instinct of workmanship and the irksomeness of labor», en *American Journal of Sociology*, septiembre, pp. 187-201.
- (1899): «The barbarian status of women», en *American Journal of Sociology*, enero, pp. 503-514.
- (1974) [1899]: *Teoría de la clase ociosa*, Fondo de Cultura Económica, México.