
Prólogo	11
---------	----

I. El Status	
1 Status y posición social	19
2 Status y evaluación	20
3 Status y consumo	22
4 El status y la estratificación	23

II. Las Clases Sociales	
1 Las clases en una sociedad productora y consumidora	29
2 Movilidad social y evaluación subjetiva	31
3 Los ingresos y los deseos	33
4 Las clases y la sociedad global	34
5 Conducta individual y prestigio social	35
6 Movilidad colectiva y movilidad individual	37
7 Lo económico y lo psicosociológico	38
en las clases	

III. Clase, Consumo, Transculturación	
1 La civilización industrial	47
2 Las clases y los bienes materiales	50
3 Consumo y transculturación	51

IV. Clase y Status

1	La conciencia de clase en la Argentina	59
2	Clase y bienestar	61
3	Cambio de pautas en la movilidad	63
4	Ocupación y movilidad	64
5	La sociedad de status	66
6	Bienes de supervivencia y bienes de ostentación	67
7	Los nuevos símbolos	70

V. El Nivel de Vida

1	Necesidad física y necesidad de status	77
2	Bienestar y nivel de vida	79
3	Adquisición de bienes y convivencia social	80

VI. La Formación de la Mentalidad Adquisitiva

1	Los medios y las metas pecuniarias	87
2	Estructura social y conducta	88
3	Socialización y búsqueda de status	90

VII. Las Normas

1	Normas y valorización	97
2	La falta de normas y la insatisfacción	98
3	Mentalidad y status	100

VIII. Las Pautas Psicológicas

1	La ansiedad de status	107
2	Incoherencia social y conflicto	108
3	La absolutización competitiva	111

IX. El Trabajo Acumulativo o Desorbitado

1	El trabajo como medio para adquirir status	119
2	La nueva concepción laboral	120
3	Trabajo y frustración	121
4	La ocupación laboral como inversión	123
5	Vida por bienestar: el nuevo pacto fáustico	124

X. La Familia

1	La nueva familia	133
2	Los hijos como succionadores	134
3	Los agentes de formación	135
4	Hacia la cultura juvenil	136
5	La exigencia de la conducta exitosa	138
6	El valor de la relación y la actualización	139
7	Los medios masivos	141
8	El joven como consumidor	143
9	La mujer en el consumo	144

XI. El Crédito y las Deudas

1	El comienzo del cambio	155
2	Uso y moda	156
3	De la durabilidad a la fragilidad	159
4	Las deudas que consumen	160

XII. El Símbolo de Status

1	Transitoriedad y permanencia	169
2	Los símbolos y los sueños	171

XIII. Psicoanálisis del Confort

1	Confort y vida intrauterina	177
2	Magia y confort	179
3	La pasividad: finalidad de la vida fetal y del confort	181
4	Tiempo y espacio: en el confort y en la vida intrauterina	183
5	Psicoanálisis y confort	185

XIV. Sociología del Confort

1	Confort e incomunicación	193
2	Ajenidad y confort	194
3	Vida y "oxidación"	196
4	"Suma" y consumo	198

XV. La Publicidad (Propaganda)

1	Publicidad y sociedad	205
2	La publicidad: fabricadora de valores	207
3	El nuevo estilo de vida: "Todo va mejor..."	209
4	Las "técnicas": Freud	212
5	Otros medios y otras "técnicas": Pavlov	217

XVI. Producción, Consumo y Necesidades

1	Las necesidades psicosociológicas y la producción	227
2	Los creadores de necesidades	229
3	Bienes y felicidad	233

XVII. El Factor Económico

1	Su origen y su absolutización en la sociedad moderna	241
2	La economía como piedra filosofal o el paneconomismo	243

XVIII. La Estructura Social

1	"Progreso" y desequilibrio	249
2	La Capital sin país	250
3	La humanización de lo material	253
4	Los bienes materiales: su ritmo	255

XIX. La Inversión Humana y Social

1	Inversión económica o humana	261
2	Educación e inversión	264
3	Los papeles sociales de los factores no económicos: Conclusión	266

Bibliografía