

monopolios y de la técnica en sí misma  
T. 11. 10%

La economía del Mercado 36

Galbraith - J. K. Medved

6/1/77

sea de la libertad y el punto de vista de un individuo

“La economía del mercado no existe. En su lugar  
el poder del consumidor para orientar el mercado,  
la producción y los precios - el centro actual de la  
economía ha pasado del consumidor al fabricante.  
El factor de este cambio es la necesidad, no la  
ideología.”

“Hoy los grupos del grupo son muy superiores  
a <sup>los</sup> individuos. - Por eso, la organización del  
grupo es decisiva. La organización, no el capi-  
tal, es el factor básico de la producción en el  
nuevo estado industrial. La adecuación del talen-  
to ~~industrial~~ especializado a la disciplina de la  
empresa es tarea difícil. El Estado busca la solución.”

dirección de la demanda, el control de precios  
y salarios, y suprime los altísimos costes de la  
moderna tecnología."

"La publicidad condiciona la psicología del  
pueblo, el consumidor es una forma de direc-  
ción, acaso la más determinante y absoluta  
de nuestro tiempo. Y mi combate con los consumi-  
dores con el único factor de equilibrio posible  
en la eterna disputa entre acciones obreras y  
patronales del individualismo. La falta de repre-  
sentación del consumidor implica la tentación del  
monopolio social, la pretensión de <sup>los</sup> beligerantes  
de monopolizar en exclusiva los intereses del pueblo.  
El precio devolved al consumidor su poder de ho-  
logía y aun potenciado con nuevos rasgos, esaltados  
técnicos. Los derechos del consumidor pueden garantizar  
la rehumanización de la producción económica, la supervivencia