



Revista de Fomento Social, 52 (1997), 113-130

RECENSIONES

SOCIOLOGÍA

VERDÚ, V. (1996), *El planeta americano*, Ed. Anagrama, Barcelona, 171 págs.

En marzo de 1996 esta obra mereció el «XXIV Premio Anagrama de Ensayo». Aún sin este aval, la obra hubiera sido -y es- un éxito de ventas (en noviembre de 1996 iba por la séptima reimposición). Estamos ante un raro evento; sin una publicidad abrumadora, sin un escándalo previo, y sin un contenido morboso, un libro de ensayo está alcanzando importantes niveles de ventas y -esperemos- de repercusión social. Dos datos han contribuido a este milagro: por un lado, la oportunidad del tema, objeto de comentarios de calle y de tertulias radiofónicas; por otro, el estilo empleado, Vicente Verdú -conocido principalmente por sus artículos de opinión en el diario *El País*- estructura su

ensayo en forma de una docena de artículos periodísticos unidos por una o dos frases que anticipan el tema del próximo artículo. Ahora bien, estas doce partes tienen una unidad en cuanto al estilo y al principio inspirador.

El estilo es directo, ameno, impactante en ocasiones, plagado de anécdotas y de datos estadísticos curiosísimos. Como advierte el propio autor, estamos ante un texto apasionado y sentimental, y un tanto «americanizado» en su estética. En la obra no encontramos ninguna cita completa, las fuentes de las estadísticas aparecen levemente indicadas. Sin duda, se ha optado por no cargar el aparato bibliográfico, en aras de la amenidad del texto. Prima lo divulgativo, pero también lo esclarecedor.

El principio inspirador bien puede ser la reivindicación de que Estados Unidos tiene perfecto derecho a ser como es, como fruto de su historia, de sus pobladores, de su espacio geográfico, de su men-

BIBLIOGRAFIA

talidad. No olvidemos que las colonias angloamericanas basan su economía en la agricultura, su espacio físico en una frontera occidental abierta, y su pensamiento en una mezcla elitista de Ilustración y de individualismo utilitarista. Ahora bien, la mayor parte de estos datos son ajenos a la dilatada historia y cultura europea. Sería una auténtica desgracia intelectual que un adulto (Europa) imitase en forma acrítica y simplona a un niño (Estados Unidos). Estamos ante un serio peligro que ya ha ocurrido en el pasado: el peligro de la aculturación.

Recuerdo que en el verano de 1993, cuando disfrutaba de una beca en la Universidad de Bolonia, nuestro casero nos invitó a cenar. Al hilo de la conversación, saboreando una *grappa* artesanal, el anfitrión comentó -ante nuestra extrañeza por tanto teléfono portátil y tantas colas ante las tiendas de determinada marca de relojes de dudoso gusto- que Italia estaba cinco años por delante de España en estos temas, y Estados Unidos, veinte. Hoy comprendo que los plazos que aleatoriamente dictaminó nuestro casero fueron generosos. Pero tengo la duda de si este amable y mediterráneo arrendador es consciente de lo que en Europa supone «ir por delante». Cambiemos de contexto: no hace tanto tres infantes ultraliberales se atreven a publicar un libro bajo el título de «*Manual del perfecto idiota latinoamericano... y español*». Obvio todo comentario, pues -pese a lo ingrato de la tarea- ya lo hizo Antonio Muñoz Molina (v. *El País*, miércoles 25 de septiembre de 1996, p. 38). Sirvan estas dos anécdotas

para ponernos en guardia sobre la realidad del peligro de aculturación.

Tampoco nos debemos llevar a engaño. No todo lo que procede de Estados Unidos es negativo. En su haber hay que situar valiosos activos: la tradición de tolerancia (con pequeños lapsus históricos subsanados); la defensa de las libertades; o «el amor a Dios», en expresión del autor. A la enumeración anterior hemos de adicionar otras valencias que, bien entendidas, merecen un juicio favorable: el pragmatismo, interpretado como atención y dedicación por lo concreto y útil; la vitalidad empresarial, un bien inmateral (una idea) «puede ser el principio de un negocio multimillonario», o la conciencia consumerista. Sin duda, el autor ha olvidado u omitido otros aspectos positivos (v., para los Estados Unidos de la primera mitad del siglo XIX, Tocqueville, «*La democracia en América*», trad. de Sánchez de Aleu, Ed. Alianza, Madrid, 1989). Pero, toda virtud llevada al extremo deriva en vicio. Y, un vicio muy norteamericano es «el gusto por lo obsceno», entendido como la compulsión por lo extremo, por lo radical, por lo grande, por «lo más».

Si alabamos los pros, el autor examina con incomparable mayor atención los contras, el modelo norteamericano está plagado de negatividad. Su individualismo sirve de paradigma teórico, pero en su aplicación concreta hace infeliz al ser humano. No resulta fácil sistematizar las fracturas del modelo. Las causas y los efectos están íntimamente imbricados. No obstante, en el fondo del problema nos encontramos ante un ídolo con pies

de barro. Este ídolo americano tiene dos claros apoyos. Por un lado, el individualismo, omnipresente en todo lo norteamericano desde el origen del Estado, hasta la última revolución que están protagonizando (la revolución informática). Por otro, el economicismo, el cálculo de rentabilidad como parámetro axiológico, la sacralización del capitalismo liberal y decimonónico. Si estos son los pies, el resto de los órganos está componiendo un engendro de dudosa ética y estética: darwinismo y maltusianismo, concentración de la riqueza, marginación del pobre, odio a las conciencias críticas (los intelectuales), desintegración familiar, miedo (mucho miedo: a la violencia -pese a ser violentos-, a las armas -pese a portar armas-, a la salud -pese a carecer de calidad de vida-, a la salubridad de la comida -pese a comer mal-, etc.).

Si el modelo tiene su cara y su cruz. Si como toda obra humana no es perfecta. ¿Dónde está el problema? En que este modelo, roto y cuestionado en su solar de origen, es imitado por buena parte del mundo (países desarrollados), está en trance de imitación en otra parte territorialmente más extensa (países en desarrollo) y aspira a ser imitado por el resto de los pobres (tercer y cuarto mundo). Por otro lado, fuera ya de su perversión práctica, el modelo carece de consistencia teórica. Estados Unidos puede ser todo, menos unidad. En este inmenso espacio geográfico entre Méjico y Canadá conviven, mejor o peor, multitud de etnias, religiones, lenguas, culturas, paisajes, ... ¿Qué aglutina a este caos y cosmos humano?

Por duro que parezca, algo muy propio de la mentalidad vendedora de los norteamericanos: un envoltorio, un embalaje. El que representa un medio de comunicación común (el inglés), un medio de pago común (el dólar), una mitología común (el individualismo, el amor al dinero, las ilimitadas posibilidades de prosperidad material) y una escenografía común (la casa unifamiliar -a ser posible, sin vecinos cerca-, la comida rápida -pese al miedo al cáncer o al colesterol-, los colores de la bandera -reproducidos hasta la saciedad por la publicidad-, y el himno -entonado desde las Iglesias hasta las cárceles-).

Tenemos el producto, tenemos los vendedores ¿qué falta para completar el modelo? Pues unos medios que pongan en contacto (comercial, se entiende) a los oferentes y a los demandantes. Ni siquiera el nombre es complicado: «los media». Los medios de comunicación de masas, desde la televisión al ciberespacio, pasando por el cine, y utilizando todos la publicidad comercial, lo comprenden y lo abarcan todo. Forman tal simbiosis con el modelo norteamericano, que resulta difícil enjuiciar quién sirve a quién. La incógnita dura poco: todos sirven al Dios-dinero. En palabras del autor: «el mercado es Dios; el único Dios».

Lo anterior es lo que se ofrece como «pensamiento único», como modelo superador de la socialdemocracia de la Europa Occidental y del comunismo de la Europa Oriental. Pero, volvamos al principio. Estados Unidos no ofrece un modelo acabado, sino el modelo coherente con su desarrollo cultural e histórico. Las colo-

BIBLIOGRAFIA

nias norteamericanas firman la *Declaración de Independencia* el 4 de julio de 1776, y eligen al primer presidente el 30 de abril de 1789. Estados Unidos es un Estado joven, que como Nación está por hacer. A su juventud corresponde una mentalidad infantil, unas formas de vida infantiles, unos esquemas de valores infantiles, una estética infantil. Cualquier europeo medio ha distinguido con facilidad, hasta ahora, entre el centro de su pueblo o ciudad, y el recinto ferial o el parque de atracciones de las afueras. ¿Tan perdido está el rumbo europeo que ya no encontramos la plaza, el ágora, el foro, el zoco, después de un día -no lleva más el planeta americano sobre el mundo- de esparcimiento?

Una advertencia se impone. Al planeta americano son totalmente ajenos conceptos y adjetivos como solidaridad y social. En el planeta americano no hay convecinos ni prójimos, existen competidores y potenciales enemigos. Y, en tonos menos dramáticos: Si el negocio es la negación del ocio, en Estados Unidos todo es negocio.

Quien iba a pensar que la llamada de atención que realizó Tocqueville en 1840 pueda ser de tanta actualidad. Concluía la segunda parte de «*La democracia en América*» con estas palabras: «Las naciones de nuestros días no pueden impedir la igualdad de condiciones en su seno; pero de ellas depende que la igualdad las lleve a la servidumbre o a la libertad, a la civilización o a la barbarie, a la prosperidad o a la miseria».

Manuel Paniagua Zurera

EDUCACIÓN

La educación encierra un tesoro. Informe a la UNESCO de la Comisión Internacional sobre la educación para el siglo XXI, presidida por JACQUES DELORS, Ed. Santillana-Ediciones UNESCO, Madrid 1996, 318 págs.

La iniciativa de la Conferencia General de la UNESCO data de noviembre de 1991, pero la Comisión no fue nombrada hasta principios de 1993. Al comenzar sus trabajos, recibió como mandato del Director General, Federico Mayor Zaragoza, la tarea de responder a la siguiente cuestión: ¿qué tipo de educación será necesaria para mañana y para qué tipo de sociedad?. Se le piden sugerencias y recomendaciones que puedan servir para la renovación a los responsables oficiales al más alto nivel. Quince fueron los miembros de la Comisión: cuatro europeos (incluido el presidente, Jacques Delors), cuatro asiáticos, tres latinoamericanos, dos africanos, uno de Estados Unidos y otro de Oriente Medio. La Comisión celebró ocho encuentros en diversas partes del mundo, entre marzo de 1993 y enero de 1996, a los que fueron invitados otras personalidades en función del tema específico fijado para cada ocasión. En el último de estos encuentros se sometió a aprobación definitiva el Informe final, que ahora se publica.

Hay dos ideas que son centrales en todo el Informe y que se encuentran repe-