

de un enfrentamiento entre dos vertientes de la Ilustración: el capitalismo y el comunismo. El primero ha ganado, de momento, la partida, y está encargado de controlar el funcionamiento de un mercado mundial libre cuya nota esencial parece ser la inestabilidad. Entonces: ni armonía ni estabilidad, a pesar de las promesas ilustradas.

El diagnóstico de Gray no es precisamente optimista. La globalización está socavando la libertad y la democracia. Los antiguos países comunistas se encaminan hacia modelos de sociedad y economía nada occidentales. La sociedad norteamericana, en lugar de modernizarse, se torna arcaica por las desigualdades que genera y aumenta, y la altísima proporción de marginales y convictos que produce. En otros espacios, crecen las contestaciones: fundamentalismo, xenofobia, neocomunismo. Debilidad familiar, vida fragmentada, multitud de opciones sin sentido son las características constantes de una sociedad nueva, que se ha modernizado y, a la vez, retrocedido.

En particular, Gray se detiene para analizar los casos de transformación «dura» de economías protegidas, estatalizadas y corporativas: México, URSS, China. Con ello marca la divergente deriva que el capitalismo despliega en cada una de ellas y la influencia cultural, especialmente religiosa, que incide en tal divergencia.

Gray, a veces, parece enrostrar al sistema que no sea perfecto. Otras, muestra cierta nostalgia por la economía nacional, delimitada y proteccionista. La inestabilidad que señala no es patrimonio exclusivo del mundo actual, quizá tampoco del capitalismo. La globalización liberal acabará, como todo lo histórico, pero no se trata de un defecto sino de una característica de las empresas humanas.

Dios entre otros inconvenientes,
Xabier Rubert de Ventós, Anagrama,
Barcelona, 2000, 178 pp.

Dos bloques de apuntes conforman esta miscelánea: lo religioso y las «miradas del mundo actual». Con ventaja, el primero es el más conseguido, no sólo por la fortaleza del tema, sino porque revela a un Rubert descreído y apasionado por el problema de Dios. Como Job, reprocha a un dios inexistente la presencia del Mal en la creación. En efecto, el más dramático asunto intelectual del pensamiento religioso es la indiferencia de Dios, el hecho de que no gobierne el mundo con su infinita y bondadosa sapiencia. Existencialmente, lo trágico de este mundo creado es que sin el Mal no es posible percibir el Bien ni, en consecuencia, llevarlo a cabo.

En otro orden, Rubert critica las vulgaridades de nuestra educación religiosa, flojamente católica, que ha terminado retratando a Dios como un cacique que supiera economismo neoliberal. De última, lo inalterable del orden quizá sea la amarga y decisiva prueba de su existencia.

Menor interés ofrecen los esqui-cios de la segunda parte, destinados a criticar la tópica del mal llamado pensamiento posmoderno: globalización, idea única, lo políticamente correcto, los descoloridos mitos de la antigua izquierda revolucionaria y sus intelectuales críticos, las vanguardias y los vanguardismos, la confusión entre moda y modernidad, el feminismo revisitado, etc.

Más que su valor como ensayo, que no lo es, este divagario de Rubert, servido con la habitual e irónica elegancia de su prosa, sirve como síndrome de nuestra época intelectual, donde se cumple la paradoja de un pensamiento único que produce dispersión y fragmentación, como si el mundo fuera virtualmente uno y realmente ni se sabe cuántos.

El cuerpo en venta. Relación entre arte y publicidad, Juan Carlos Pérez Gauli, *Cátedra, Madrid, 2000, 314 pp.*

La publicidad visual ha heredado siglos de antropología de la imagen

o, lo que equivale a ella, una modelización del cuerpo humano. Le ha añadido su valor de objeto de cambio, de excitador consumista. Con ello, una alteración alquímica: también el cuerpo es una cosa mercificable, algo digno (o indigno) de recibir un precio.

Pérez Gauli, con minucia de erudito, enumera las distintas maneras de organizar este pasaje, por medio de cuerpos vestidos, desnudos, conformados, deformes, quietos, móviles, castos, lascivos, infantiles, maduros, energéticos, laxos, sexuales, asexuados, paradigmas de normalidad o anomalía, retratos, detalles, estereotipados, personalizados, etc, etc.

Su conclusión tética es que la publicidad actual promueve un culmen de la especie que es un individuo blanco, occidental, joven, de rostro impersonal, que se exhibe quieto y semidesnudo, desagregado de los demás, un término medio atlético si es varón y un estereotipo racial si es mujer, en todo caso, enjuto, desgrasado, modelado por una buena serie de gimnasias.

El autor examina, en otro sentido, el doble flujo de la ideología publicitaria, que ha liberado la imagen pública del cuerpo de antiguos tabúes sobre lo que se podía ver/no ver de nuestras intimidades físicas y, por otra parte, la ha sometido a una regulación modélica que indica cómo debemos ser si queremos ser algo (ya que no alguien) en el uni-

verso, cada vez más universal, valga la insistencia, de la mercadotecnia.

Los últimos días de Hitler, Hugh Trevor-Roper, Traducción de Eduardo de Guzmán y Susana Pellicer, Alba, Barcelona, 2000, 367 pp.

A fines de 1945, Trevor-Roper, entonces empleado de la inteligencia británica, recibió el encargo de averiguar qué había sido de Adolf Hitler, desaparecido desde mayo de aquel año. Así empezó una investigación sobre el final del déspota nazi, que se publicó en 1947 y fue retocada en sucesivas ediciones. Esta traduce la séptima (1995).

El historiador reconstruye con minucia novelesca el ocaso y la liquidación del gobierno nazi, con un pulso muy atractivo de filme de suspense. Permite ver la crisis de una mentalidad paranoica (todo nacionalismo lo es) que se encuentra con el omnipotente perseguidor que lo derrota y somete: la alianza de la raza eslava con la judería internacional. Hundido a quince metros bajo tierra, dando órdenes y profiriendo amenazas de muerte sobre ejércitos inexistentes, invocando a un imperio en ruinas, Hitler proclama la traición universal de los suyos y descubre su pasión esencial: aniquilar. Como Wotan, el

personaje de su amado Wagner, destruye el mundo para impedir que sus enemigos se queden con él. Y como en un segundo acto de *Tristán* en clave de culebrón, se casa con Eva Braun un día antes del doble suicidio, el único día de su vida en que Fraulein Braun exigió ser llamada Frau Hitler.

Aparte de cronista y detective, Trevor-Roper es historiador y extrae sus conclusiones: Hitler fue vencido porque era un dictador, un poderoso irresponsable e incontrolable, cuyos errores no podían ser señalados ni admitidos. Esto llevó a una paulatina degradación de técnicos y militares, al encierro y la psicosis histórica, la vecindad de una sociedad ignorante del mundo y delirante de omnipotencia. El tópico de una Alemania grandiosa y fracasada: el ocaso de los dioses. Un libro para repensarlo: en el corazón del mundo civilizado anida siempre su peor enemigo.

Relación del viaje de España, Madame d'Aulnoy, Traducción de Pilar Blanco y Miguel Ángel Vega, Cátedra, Madrid, 2000, 335 pp.

La baronesa d'Aulnoy es conocida por sus cuentos para niños y por el intento de deshacerse de su marido con la ayuda de un amante y otros parientes. Tuvo familiares en

España y tal vez viajó por el país, aunque el extremo es discutido por los historiadores. Hace años Gabriel Maura estudió con minucia estos *Viajes*, mostrando sus incongruencias, falsedades y exageraciones, todo lo cual lo inducía a pensar que la autora se había valido de otras memorias y de tradiciones orales. En cualquier caso, estos recursos suelen ser habituales en los libros de viaje.

El texto es ameno y divertido, pues entrevera descripciones, cotilleos, traslados e historias personales, suerte de fugaces novelas, mezcla de gusto barroco. Acredita el retrato típico del español en los umbrales de la decadencia (Felipe IV, Carlos el Hechizado): orgulloso, vanidoso, ignorante de su pobreza cuando la hay, valiente, quisquilloso en punto de honor, iracundo, violento, paciente, obstinado, perezoso, meditativo, desinteresado, pródigo y poco ahorrativo, fiel a la palabra empeñada, rápido de ingenio y comprensión, de escasa perseverancia en el estudio, nada industrioso, respetuoso con las mujeres, altivo, ceremonioso y vengativo.

La viajera nos acerca noticias menudas sobre vestidos, casas, comidas, ceremonias de la corte, fiestas populares, la religión (un catolicismo pomposo y lleno de supersticiones más bien tradicionales y escasamente doctrinales) y algunas intrigas de familia que, en

la sociedad nobiliaria, alcanzan categoría política.

Los libros de viaje se hacen, en buena medida, con opiniones prototípicas. Poco importa si se adaptan a la realidad antropológica, pues la percepción de quien observa se construye, en parte, con tópicos. Las creencias integran la realidad. Hubo un paradigma de español barroco en la mente de los vecinos y que acabó siendo una parte de la realidad de España. Madame d'Aulnoy lo atestigua con buen sentido del viaje instructivo, la amenidad del siglo.

Violencia política en la España del siglo XX, Santos Juliá (ed.), Taurus, Madrid, 2000, 422 pp.

Un equipo de especialistas se distribuye el sumario de este libro: Carolyn Boyd, Mercedes Cabrera, Jordi Canal, Julián Casanova, Julia de la Cueva Merino, Florencio Domínguez Iribarren, Eduardo González Calleja, Pedro González Cuevas y Fernando del Rey Reguillo. Los campos que cubre la miscelánea nos llevan a la violencia de inspiración religiosa, anarquista, socialista, anticlerical, patronal, etarra, pretoriana y estatal. Desde las guerras carlistas hasta la actualidad, es observable que, con la