

RESEÑAS

C. W. MILLS, *La Elite del Poder*, México: Fondo de Cultura Económico, 1957. 388 págs.

La *Elite del Poder* no es una contribución de índole sistemática al estudio del funcionamiento, la estructura o los determinantes del poder. Esta obra es más bien de carácter etnográfico, en la que se describe vívidamente los estilos de vida y las ideologías en que se sostiene la legitimidad de ciertos grupos que monopolizan el poder, el prestigio y la riqueza en los Estados Unidos de América. Con un gran sentido de ironía, el autor describe los diversos personajes que representa ante El Gran Público Norteamericano, "El Drama del Privilegio Social".

La primera escena toma lugar en el escenario de la sociedad provincial, y los actores desempeñan papeles de élite local. La acción se orienta hacia la meta instrumental de las aspiraciones de la élite local que es el asociarse con los altos empleados de las grandes empresas absentistas. Con el fin de acercarse socialmente a ellos, copian su estilo de vida, se mudan a los barrios suburbanos donde aquellos residen y tratan de hacerse miembros de los clubes en que los grandes gerentes participan. Se desviven por ser invitados a las actividades de los nuevos "líderes" y su máxima aspiración es casar a sus hijas con los jóvenes "prometedores" de la gerencia.

En una época anterior la sociedad local era autosuficiente. A fines del siglo pasado, la élite local de Nueva York, era conocida como la sociedad de los 400, una casta cerrada con completo monopolio de las posiciones en la cumbre del prestigio social y el poder político y económico. La posición social "de las 400" se cimentaba en la legitimidad exclusiva de pertenecer a "las familias" que residían en Nueva York con anterioridad a la guerra civil.

La figura principal de los 400 metropolitanos en la década de 1920 a 1940, fue de acuerdo con Mills la debutante en sociedad. El debut tenía por objeto presentar a una jovencita encopetada al mer-

cado matrimonial de clientes distinguidos. En el 1938 se hicieron unos 1,000 debuts con un costo promedio 8,000 dólares cada uno.

El monopolio del poder y el prestigio social de los 400 dejó de existir a principios de este siglo, cuando se instituyó el llamado Registro Social para darle acomodo a los nuevos ricos aspirantes a altas posiciones. El Registro Social se ha convertido en árbitro y agencia de reclutamiento de la élite de prestigio en las grandes ciudades y funciona como centro de contactos entre los representantes del gran poder político y financiero de la nación.

Las clases altas de la Metrópoli, como las clases ricas que tienen el control de las instituciones financieras y jurídicas en cada localidad, tienen por eso mismo, relaciones de negocio y jurídicas entre sí. El club de caballeros, es al mismo tiempo un centro importante de la red financiera y de negocios y un centro esencial para garantizar al individuo socialmente adecuado. Los "hombres importantes" pertenecen en todas las ciudades a esos clubs y cuando los visitan los hombres importantes de otras ciudades es muy probable que se les vea comer en el Somerset o el Union de Boston, en el Raquet o el Philadelphia Club de Filadelfia o el Pacific Union de San Francisco, o en el Knickerbocker, el Links, el Brooks o el Racket and Tennis de Nueva York.

Los medios de propaganda moderna, y su eficiencia en el uso de métodos de publicidad desplazó la sociedad de los 400 del centro de la fama y el prestigio, y en su lugar vino a ser ocupada por los ídolos de celuloide de Hollywood y la sociedad de café.

El valor que legitima el disfrute del privilegio social contemporáneo es la popularidad y el instrumento contundente en el logro de ésta es la publicidad. "La publicidad de la sociedad de café ha reemplazado a las familias de los 400, la tinta de imprenta ha reemplazado a la sangre azul".

"La estrella de la pantalla plateada ha desplazado a la dorada debutante social en tal grado que esta última en Nueva York, Boston y aun Baltimore, se siente realmente feliz de mezclarse en la sociedad de café con esas verdaderas reinas nacionales".

Con cortante ironía describe el autor la vida de las celebridades. . .

Residen en Suiza los que no conocen el invierno, sino como estación deportiva y en las islas del Sur los que nunca residen al sol salvo en sus diversiones de febrero. En todo el mundo, dueños de muchas casas como señores de la creación disponen de las estaciones viajando o transformando el paisaje que han de ver a cada mañana o cada tarde al despertar.

Ahí está el lujo viejo y el vicio nuevo; la muchacha rubia con la boca húmeda dispuesta a dar la vuelta al mundo. . .

La muchacha pan-estadounidense está en la cumbre de la sociedad de café en una serie provechosa de negocios sostenidos por directivos de grandes empresas con grandes cuentas de banco. . . Ninguna "mujer moderna norteamericana" de la época de Teodoro Dreiser supo tan bien como la muchacha pan-estadounidense que "el salario del pecado fácilmente puede ser el éxito".

En la acción política, los personajes de Mills son millonarios como Murchison, quien "a petición de Joseph McCarthy contribuyó con 10,000 dólares a la derrota del Senador Tydings de Maryland. Los Rockefellers, según el autor, donaron 94,000 dólares a la campaña política del Partido Republicano en 1952, junto con los Du Pont, quienes contribuyeron con 74,000 y otros tales. Para la campaña demócrata contribuyeron, entre otros, los Kennedy con 20,000 dólares.

El escenario militar es el Pentágono, "el edificio más grande del mundo."

"El Capitolio de los Estados Unidos cabría holgadamente en cualquiera de sus cinco secciones. Produce diariamente diez toneladas de desperdicios de papel que se venden en unos 80,000 dólares al año".

Mills caracteriza a los "hombres de guerra" como una casta cerrada reclutada principalmente de West Point y Anápolis. Describe el estado en que circulan las élites del poder militar hacia puestos de mando en las grandes compañías. El General Lucius D. Clay es ahora presidente del Consejo de Administración de la Continental Can Co., James Doolittle es el vice-presidente de la Shell Oil, Omar Bradley de Bulova Corp., MacArthur está en la Remington Rand Inc., y así por el estilo otros generales. El pentágono es el mejor cliente de estas compañías.

Entre las élites y el gran público está el "public-relations man" que con singular habilidad y efectivos medios de persuasión consigue forjar las imágenes que sustenta la sociedad de masas. Su primo hermano es el técnico administrativo o gerente, que según el autor es experto en "relaciones humanas". La General Electric recibe todos los años 1,000 graduados universitarios, y les hace seguir un curso en donde se les entrena a "no decir nunca nada controversial", "siempre puedes encontrar alguien que haga lo que deseas", "presentación eficaz", etc. Como parte de la campaña de relaciones públicas, dice C. W. Mills que. . .

Las grandes compañías anónimas conscientes de la publicidad están teniendo sus historias escritas por eruditos y la pintoresca imagen del gran magnate se va convirtiendo en la de un héroe económico constructivo de cuyas grandes hazañas se han beneficiado todos.

La obra de C. W. Mills fue originalmente publicada en 1956, pero hasta donde he podido apreciar, ha recibido escasa atención en la literatura sociológica. Existe solamente una reseña del libro hecha por Talcott Parsons en una Revista de Política Internacional, en donde se rebate el argumento de la concentración de poder, expuesto por Mills. En cuanto a mi propio juicio, creo que esta obra no constituye un tratado sistemático de los problemas del poder y sus implicaciones, sino más bien una descripción impresionista de algunos aspectos de la vida de grupos dominantes en la sociedad norteamericana.

E. SEDA BONILLA
Universidad de Puerto Rico.

Dianoia—Anuario de Filosofía— Universidad Nacional Autónoma de México. Número 6.

El anuario de filosofía de la Universidad Nacional Autónoma de México, como es ya su tradición, agrupa sus trabajos en tres secciones: 1) una (la de más envergadura) de trabajos de investigación, cuyos autores forman el cuerpo de investigadores de esta revista y que cuenta, entre ellos, con algunas de las figuras más destacadas de la filosofía hispanoamericana como Leopoldo Zea, Luis Recaséns Siches, Miguel Bueno, etc., 2) otra de estudios monográficos que incluye (si es que esta sección del número seis es representativa de la intención de los editores) ensayos, cursos, ponencias, que en general, son de menor rigor y solidez filosóficas, 3) una última de comentarios bastante extensos sobre obras aparecidas recientemente. Este último número comenta dos obras póstumas de Ortega y Gasset: *El hombre y la gente* (Recaséns Siches es un excelente comentarista) y *La idea de principio en Leibniz y la evolución de la teoría deductiva* (labor exhaustiva de José Gaos, desafortunadamente opacada en algo por lo abstruso de su prosa). Además se incluye otro sobre una antología editada por Alfred Julee Ayer: *Logical Positivism* (Positivismo Lógico). La segunda parte de esta sección la constituyen las reseñas bibliográficas, que, en su mayor parte están dedicadas a la filosofía iberoamericana, y en específico (como es natural), a la filosofía hecha en México. No obstante,