**Zeitschrift:** Hispanica Helvetica
**Herausgeber:** Sociedad Suiza de Estudios Hispánicos
**Band:** 3 (1992)

**Artikel:** Religiosidad cotidiana en la narrativa reciente hispanocaribeña
**Autor:** Sánchez, Yvette
**Kapitel:** "Mitología moderna" metropolitana
**DOI:** https://doi.org/10.5169/seals-840882

**Nutzungsbedingungen**
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

**Conditions d'utilisation**
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

**Terms of use**
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

**Download PDF:** 22.08.2025

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch**

## „MITOLOGÍA MODERNA“ METROPOLITANA

Adoptamos el término de Roland Barthes en el título de este capítulo, aunque no nos parezca muy acertado cargar la expresión *mito*, ya abrumada de tantos matices, con otro concepto más. El ambiente metropolitano de una sociedad industrializada constituye terreno abonado para nuevas recomposiciones de los contenidos sagrados permanentes, de cuyas fuerzas sobrenaturales se promete el hombre, en su lucha diaria para sobrevivir, un apoyo adicional imprescindible.

Razones para la necesidad de tal auxilio las hay en abundancia en las grandes ciudades de Occidente, donde el hombre es consciente de que tiene que aprender a vivir amenazado por la catástrofe atómica, el colapso ecológico y el económico (crisis de desempleo, etc.). La conminación ha podido crecer a base de la creencia delirante en el progreso, la tecnología, la modernidad, el consumo, cosas todas que reflejan el anhelo del ser humano por lograr la omnipotencia y dominar el mundo. Asimismo han surgido fenómenos menos dramáticos en la actualidad urbana, como el stress o el aburrimiento, que hacen al habitante de las metrópolis volver la espalda al establecido „racionalismo“ utilitario, pragmático y dedicarse cada día más a muletillas „maravillosas“ : la meditación, la mitología de otras partes del mundo, la astrología, la interpretación de los sueños, la mística de los números[84], el ocultismo, la parapsicología, las brujas (feminismo), el oráculo chino I-Ging, el Tarot, etc. Se preconizan tales servicios en numerosos anuncios, en las revistas, por ejemplo.

84. Una agencia suiza de empleos, especializada en proporcionar trabajo a altos funcionarios, además de considerar las pruebas de rendimientos racionales (el curriculum, la formación, la experiencia, la apariencia, etc.) para la selección responsable de un candidato, se orienta por la astrología, la grafología y por la obra clásica de la numerología mántica de Cheiro, *Das Buch der Zahlen* (Freiburg i. Br., Hermann Bauer Verlag, 1981).

Roland Barthes[85] enumera como principales portadores de los „mitos“ cotidianos modernos que trata de sacar a luz y fijar: la propaganda, la fotografía, la lengua, el discurso escrito, el deporte, el cine, el reportaje, el teatro, la pintura, el cartel, etc. Todos divulgan tópicos tales como la libertad, la vastedad, la autonomía, la funcionalidad, la comodidad, la modernidad, el lujo, el éxito, y otros por el estilo.

Las innovaciones técnicas de las culturas imponen nuevas proyecciones para la veneración, la sacralización en la esfera primordialmente material. En los objetos de culto modernos se hacen tangibles los eternos contenidos de la fe y sus metas (protegerse de los peligros, fomentar intereses personales, etc.).

Nuevamente queremos evitar un término -*fetiche*- cargado de excesivos significados científicos y populares[86], valoraciones peyorativas (Marx[87], Freud) que, con todo, se han alejado del concepto inicial que nombraba así a los objetos sagrados originales de las culturas africanas en cuyo ambiente fue creado el vocablo (por colonos portugueses a partir del siglo XV, *feitiço*).

El fetiche es un objeto material que personifica el poder, el cual supera las fuerzas naturales del hombre y se activa y aumenta con regalos, sacrificios y libaciones. Sin estas fuerzas el objeto se desvaloriza y lo tiran. Los fetiches están al servicio de la comunidad; mucho menos, al del individuo[88].

Volvamos de África, a nuestro ambiente metropolitano y a las adaptaciones modernas de los „fetiches“, a los que vamos a llamar, de un modo neutro, objetos de culto, cuyas fuerzas sobrenaturales y cuyo sentido mágico y religioso todavía no están codificados claramente por la

85. R. Barthes, *op. cit.*, p. 92.

86. El yo-narrador del cuento *Recuperación de tiempos*, en: Arturo Rodríguez Fernández, *op. cit.*, p. 181, utiliza el término *fetichismo* para señalar la manía de guardar objetos que evocan hitos espirituales del pasado: papeles, cartas, viejos chiclets, mechones de pelo, colecciones de sellos, discos, etc.

87. W. Benjamin y otros críticos de la industria cultural como T. W. Adorno y M. Horkheimer, se apoyan en la interpretación de K. Marx. Cf. Max Horkheimer/ Theodor Adorno, *Dialektik der Aufklärung* (Frankfurt a. M., Fischer, 1985).

88. J. F. Thiel, *Was sind Fetische*? (Frankfurt a. M., Museum für Völkerkunde, 1986).

colectividad (en cien años tal vez sí). La comparación con los tradicionales fetiches africanos, con toda reserva, es un modo de fijar el uso y el significado de los nuevos objetos. Requieren una veneración, una consagración y un cuidado especiales. Se los trata como a seres animados. Son símbolos de prestigio social: vestidos[89], joyas, comidas y bebidas (artículos de marca) [90], últimamente computadoras y robots, „hits“ musicales, reliquias en torno a ídolos de pop o „estrellas“, perros falderos, el fútbol (en el Caribe más bien el „beis“), etc. [91], y finalmente el más sobresaliente de entre ellos, el coche con el que damos entrada a la relación descrita en la novela *La guaracha del Macho Camacho*, de Luis Rafael Sánchez, entre un joven de 18 años, Benny, y el coche de marca, un Ferrari, que le ha regalado su padre.

> Benny ocupa las mañanas en el lustre meticuloso de su Ferrari. Un cuidado pormenorizado con atención atenta a los guardafangos, los parabrisas, los tapabocinas, los aros, la capota: atención atenta con amonia para el brillado, cera para la carrocería, aspiradora para los asientos, escobilla para los rincones inaccesibles a la aspiradora. La gran tarea toca a su fin cuando la carrocería lanza cuchillos de luz por toda la marquesina [...] o sea que me gusta ofrecerle cucharaditas de comida a mi Ferrari[92].

Para el hijo único y muy mimado de una familia prominente de la alta sociedad de San Juan de Puerto Rico (el padre es senador), el coche

---

89. En un artículo de la revista popular de mujeres „Cosmopolitan“ No. 11 (1983), p. 35, Rosa Stern, *Verzaubern Sie den bösen Alltag*, habla de una amiga, mujer carrerista, que para negociaciones importantes y difíciles va vestida de cuero, porque cree en la „magia de la piel de animal“ que concede fuerza a su personalidad; por ende se siente más segura de sí misma. También Picasso, García Márquez y muchos más creen en la energía del vestuario.

90. Véase Roland Barthes, *Beefsteak und Pommes frites*, en: *op. cit.*, pp. 36-38. Barthes llama la atención sobre la „mitología de la sangre“ en conexión con la carne de res y el vino. Quien come la carne casi cruda asimilará las fuerzas del buey.

91. Aquí cabría remitir a una colección de publicaciones italianas, editadas en español por Mondibérica en 1987. Los respectivos volúmenes tratan los siguientes objetos de consumo: zapatos, medias, corbatas, gatos, oro, vino, muebles y muchos más. Cf. A. Fernández-Rubio, *Reivindicación del sibarita. Historia de los objetos de consumo*, en: „EL PAÍS“ del 19 de febrero de 1987.

92. L. R. Sánchez, *op. cit.*, p. 123.

de lujo cubre varias necesidades vitales. Le da un sentimiento de omnipotencia (el sentido de la velocidad, por ejemplo):

> [...] y caigo en sesenta: ay Ferrari no te rajes: qué locura rica, qué rica locura. Caído en sesenta y levantado en setenta: Ferrari papasote. Ferrari guasote: Ferrari machote: en un delirio[93].

El objeto de culto automóvil para Benny es, además, un sustituto de las relaciones humanas (con mujeres especialmente), es decir, conversa con su Ferrari, tiene nostalgia de él, lo adora[94]. Cuelga un retrato de su coche encima de la cama al lado de los recortes de las revistas „Oui“, „Playboy“ y „Penthouse“, de playmates que le acompañan en su masturbación junto con el recuerdo de la „velocidad automotriz“ de su Ferrari, que también incita sus deseos sexuales. Aquí nos acercamos ya al sentido que Freud ha dado al fetiche (cf. zapato de la mujer como pars pro toto): „ [...] Ferrari penetrado por el deseo de Benny“ [95]. Y más bien en la dirección de Roland Barthes, que ha señalado el significado profundo del calambur que hace una diosa del coche de marca Citroën D. S. - „déesse“ [96], va la necesidad de Benny de conceder a su coche poder divino: el Ferrari es sustituto de Dios al que dirige sus oraciones:

> Ferrari nuestro que estás en la marquesina, santificado sea tu nombre, o sea que venga a nos el reino de tu motor y tu carrocería. Y man, perdona el pecado de correrte como si fueras tortuga, amén[97].

El breve ensayo de Barthes ha estimulado a varios escritores a desarrollar el tema del coche como objeto de culto. Jürg Altwegg en su artículo *El escritor y su coche: Entre la maldición y la fascinación*[98] habla del „fetiche de una sociedad móvil“ sin el que es inconcebible ya el arte, la literatura, el cine, y analiza pasajes literarios de Brecht, Hemingway, Leiris, Georges Simenon, quienes se ocupan del motivo del automóvil.

---

93. *ibidem*, p. 230.

94. *ibidem*, p. 169.

95. *ibidem*, p. 171.

96. R. Barthes, *Der neue Citroën*, en: *op. cit.*, pp. 76-81.

97. L. R. Sánchez, *op. cit.*, p. 169.

98. Jürg Altwegg, *Der Dichter und sein Auto: Zwischen Fluch und Faszination*, en: „Basler Zeitung“ (6-III-1986), p. 3.

Peter Burri ha proseguido y profundizado la idea de Barthes en su reportaje sobre la „Déesse“, *„Göttin“ einer automobilgläubigen Zeit*[99].

Un tipo de sincretismo entre la religión oficial, los conjuros mágicos, el progreso y la técnica será el que incite a un cardenal a bendecir un nuevo coche destinado a prestar servicios de ruta[100].

Tanto Leiris, como Hemingway o Hans-Jürgen Heinrichs al que acabo de citar, entre otros, han descrito las carreras de automóviles como „rituales“ modernos, „alquimia“, „una solución pasajera de conflictos terrenales“, un éxtasis que se apostrofa con el código secreto y mágico „Fórmula I“. El prurito del extremo peligro en las carreras hace que el momento de bajar del bólido se convierta en un acto de resurreción[101].

Sobre el lector de *La guaracha del Macho Camacho* se desata una verdadera avalancha de objetos de culto metropolitanos (de la ciudad americanizada de San Juan) : atuendos que denotan un aire lujoso y deportivo - zapatos de tennis y polo shirt; comidas y bebidas exóticas, es decir norteamericanas (sopa Campbell, Coca Cola) o europeas (Grand Marnier, Pommard blanco) ; finos perfumes y cosméticos franceses (Guerlain, Coco Chanel) ; flores y frutos de plástico; los ‚media‘: revistas, cine, telenovelas; discotecas, restaurantes y clubs ( „Contri”, Rotarios). Menciona Sánchez el culto a los ritmos caribeños, al baile y a los artistas „estrellas“ que los estrenan. El sinfín de figuras de culto o ídolos que aparecen en la obra del autor puertorriqueño proceden de los sectores más diversos de la „cultura“ de Occidente (el cine, la literatura, la pintura, la música, la moda, etc.) y tanto del ambiente caribeño (Oscar de la Renta como diseñador de modas, Iris Chacón como artista de baile y canto, Porfirio Rubirosa como gigolo) como del estadounidense (Max Factor, Liza Minelli, Richard Burton) y del europeo (Coco Chanel, Sofía Loren, Jean-Paul Belmondo).

---

99. En: „Neue Zürcher Zeitung“ (19-X-1985), p. 80. Quisiera mencionar un artículo periodístico representativo de los tantos que han aparecido últimamente. La revista alemana „Der Spiegel“ (9-IX-1985), pp. 36-67 publicó un editorial largo sobre el „mito“ del Mercedes Benz: *Der Stern strahlt noch in hundert Jahren* en el que el autor describe la estrella de tres puntas como „una especie de custodia“ que figura en el capot del Mercedes.

100. Hans-Jürgen Heinrichs, *Die katastrophale Moderne* (Frankfurt a. M., Qumran, 1984), p. 101.

101. *ibidem*, pp. 113-115.

El resto de los autores que se han ocupado del espacio urbano del Caribe -son principalmente Barnet, Fernández y Mora Serrano- presentan, aunque con menor densidad que Sánchez, objetos similares de culto y rituales urbanos.

Los barrios hispanos en el exilio neoyorquino les suministran bastante material. El protagonisto yo-narrador de *Decir Samán*, de Mora Serrano, medita sobre su estancia en Nueva York y menciona discotecas, boites, el vino internacional, la brutalidad de los asaltos (o *jolopes* - anglicismo usado entre los hispanos de Nueva York - *hold-up*[102]), la mujer rubia, alta, „vaca de país de leche y quesos“, Greta Garbo, Ingrid Bergman (el exotismo de los caribeños[103]), el „dios dinero“ que lo envuelve todo[104].

Para los exiliados caribeños en las grandes ciudades norteamericanas (Miami, Tampa, Nueva York) la música hispana, el cine hispano y, sobre

---

102. M. Barnet, *op. cit.,* p. 263.

103. Guillermo Cabrera Infante ha analizado en su típico tono burlón, genial, el „mito de la mujer rubia“, sobre todo en el Caribe. En el epígrafe de su novela *La Habana para un Infante difunto* (Barcelona, Plaza & Janés, 1986) anticipa uno de los temas predilectos que tratará en el libro al citar a Carl Denham: „(after taking a good look at the natives) : ‚Blondes seem to be pretty scarce around here. ‘ King Kong“.

    O en su colección de ensayos y críticas cinematográficos *Arcadia todas las noches* (Barcelona, Seix Barral, 1978) ha publicado en las páginas 96-108 *El mito de la mujer rubia.*

    Las obras de creación consultadas para este estudio contienen igualmente ese mito. Un pobre campesino cubano acude a La Habana con el sueño de que va a encontrarse con „una mujer rubia, hija de hacendados, que lo iba a poner a vivir como un marqués.“ (Barnet, *op. cit.,* pp. 78-79).

    Arturo Rodríguez Fernández en su cuento *Recuperación de tiempos*, en: *op. cit.,* p. 183, realza el pelo rubio de la Virgen María: „Y Ana me sonreía como siempre, con su rostro de Angel bueno, de Virgen María rubia, de ingenuidad.“

    Los vecinos del pueblo en Fuenterío en el cuento *La Forastera* de Pedro Peix, *op. cit.,* pp. 39-40 quedan embelesados ante la aparición de una mujer rubia que viene de fuera: „ [...] nunca antes unos ojos tan grandes, en mi vida unos cabellos tan rubios, primera vez una cara tan blanca, ni en sueños tan alta y delgada habíamos visto una mujer como esa [...] Esa cara, esa piel, esos cabellos como de maíz [...]“.

104. M. Mora Serrano, *op. cit.,* pp. 20-22.

todo, los canales hispanos de televisión y radio cobran una importancia capital. Las telenovelas (o „teleculebrones“ como los llama Sánchez[105]) y los programas de deporte (baseball) disfrutan de la mayor audiencia. Igual que el sueño de comprar una finca en la patria, las telenovelas latinoamericanas se nutren del sentimiento de nostalgia de la tierra. Además, los televisores reducen el aislamiento del individuo en la metrópoli - están encendidos prácticamente las 24 horas del día „para sentir alguna compañía“ [106]. Barnet menciona también en su novela testimonio el caso de una anciana solitaria que en su pequeño apartamento provoca una inundación al enterrar a su único compañero, un perro faldero (poodle negro) en el inodoro llenándolo de tierra y adornándolo con una cruz blanca[107].

Barnet pinta interiores de los hispanos en Nueva York con flores artificiales y almanaques extranjeros, etc. Su protagonista nos habla de los lucrativos negocios con medallas de oro con estampas de santos, compradas en Cuba y vendidas entre los exiliados como amuletos. La aculturación de los emigrantes del Caribe en Nueva York no es total para el protagonista de Barnet. Rituales y objetos sagrados siempre guardan alguna relación con la tierra patria.

En cambio, en la parte del libro *Los niños se despiden* de Pablo Armando Fernández, que tiene como escenario la ciudad de Nueva York, la cultura norteamericana llega a prevalecer. Este protagonista se mueve en un estrato social más alto que el anciano cubano de Barnet que nunca aprendió el inglés.

> [...] el sexo rabelesiano, rimbaudiano, baudelairiano, a la francesa, edith piaf y la mistinguet, bardot y bovary : el sexo confidential y times & life magazines, valentino, lancaster, peck, gable, sinatra, di maggio, whisky, ginebra, vodka ; sexo martinis y sexo manhatten on the rocks [...].
>
> Pudiste hablar de madame castello y de su amante, un magnate de la pepsicola ; poetisa de pacotilla, exuberante, de útero exaltado y ‘una profunda devoción por los adolescentes y los fairies que son los verdaderos ángeles que nueva york oculta en sus mejillas :’, maquillados con cosméticos de helena rubinstein, a quien el propio picasso en persona diseñó las alfombras

105. L. R. Sánchez, *op. cit.*, p. 22. (Cf. nuestro breve capítulo sobre el carácter ritual de ver telenovelas, pp. 87-89).

106. M. Barnet, *op. cit.*, p. 278.

107. *ibidem*, p. 259.

> para su oficina de la quinta avenida ; el sweepstakes de la senectud y lo stransformistas del moroccan village, la electrifying gigi con sus espaldas ava gardner y sus senos marilyn monroe, sólo que eran una ilusión de maquillaje y luminotecnia ; [...] [108].

Cuando se trata de mitificar o adorar asuntos culturales extranjeros, la clase (media-) alta caribeña, sobre todo, pone siempre un ojo en Europa (Francia) más que en EE. UU. Tal criterio lo sostiene una representante de la burguesía dominicana, la tía soltera de una de las amantes del protagonista Marcos, la urbana, Adelaida, de *Decir Samán*. En la biblioteca de la casa señorial, esta tía Agatha revela su credo personal a Marcos :

> [...] yo vivo en la tierra, para ello Bretón es mi Dios, Sartre mi Espíritu Santo y Jung mi salvador[109].

108. P. A. Fernández, *op. cit.*, pp. 303-305.

109. M. Mora Serrano, *op. cit.*, p. 76.