

**MÉDIA ET
REPRÉSENTATION
DANS LE MONDE
HISPANIQUE
AU XX^e SIÈCLE**



LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN LA GUARACHA DEL MACHO
CAMACHO DE LUIS RAFAEL SANCHEZ

Carmen VASQUEZ
Paris
(France)

Publicada por vez primera en 1976, *La Guaracha del Macho Camacho*, novela del puertorriqueño Luis Rafael Sánchez, es fiel reflejo de una sociedad que se encuentra completamente dominada por los medios de comunicación. Aún más, puede afirmarse, como ya lo ha hecho Angel Luis Morales, que se trata de la *idea central*¹ de ésta, del móvil que justifica las acciones y los pensamientos de sus personajes, con la excepción de Doña Chon quien es, en las palabras de María Vaquero de Ramírez, la *atacadora de la guaracha*.²

Notemos primero que la estructura de la novela concierne de manera directa a uno de los principales medios de comunicación : la radio. El relato principal alterna sistemáticamente con unos textos que en realidad son intervenciones de un locutor de una estación popular en la que se difunde con insistencia la guaracha que da el nombre al libro. De vital importancia es señalar quiénes escuchan estos textos. Se trata de los personajes principales, algunos de los cuales se encuentran paralizados en medio de un *tapón* o embotellamiento. La radio así aparece aquí como un medio de comunicación de muy fácil acceso - y esto dado a su carácter portátil - que a la vez requiere un mínimo de esfuerzo de parte de quienes la escuchan y cuyo público se compone de miembros de todas las clases sociales sin distinción.

1 Angel Luis Morales, «Consideraciones sobre *La guaracha del Macho Camacho* », *Luis Rafael Sánchez: Crítica y bibliografía*, editado por Nérida Hernández Vargas y Daisy Caraballo Abreu, Editorial de la Universidad de Puerto Rico, Río Piedras, 1985, pág.69 : "La idea central de la novela nos parece ser los efectos nocivos del lenguaje publicitario de los medios de comunicación masiva de nuestra sociedad consumérista. Ese lenguaje, cuyo fin es crear imágenes idealizadas, falseadas, de los productos que anuncia, con el fin de provocar artificialmente en el consumidor una apetencia de posesión de los mismos, constituye un continuo falseamiento de la realidad y por ellos un factor enajenante de la conciencia del hombre contemporáneo. Las personas dejan de percibir la realidad como ella es verdaderamente, para verla a través del velo de imágenes de la propaganda masiva que con su continua e intensiva repetición llega a constituir un lavado cerebral."

2 María Vaquero de Ramírez, *Interpretación de un código lingüístico - La guaracha del Macho Camacho*, *Ibid.*, pág. 126.

Con público tan accesible y vasto, el locutor radiofónico se convierte entonces en figura privilegiada, cuya información y juicios son automáticamente aceptados como irrefutables. El primer texto, publicado a modo de *Advertencia*, así lo indica :

La guaracha del Macho Camacho narra el éxito lisonjero obtenido por la guaracha del Macho Camacho *La vida es una cosa fenomenal*, según la información ofrecida por disqueros, locutores y microfónicos. También narra algunos extremos miserables y espléndidos de las vidas de ciertos patrocinadores y detractores de la guaracha del Macho Camacho *La vida es una cosa fenomenal*.¹ (pág. 11)

Una mirada de los textos radiofónicos revela el papel que para Sánchez tiene el locutor en la sociedad contemporánea. Desde el primero de ellos (pág. 25) se establece la relación locutor/auditor, dominada por el primero y que es una de proximidad - por no decir de familiaridad - y de adulación para así lograr una fidelidad, por no decir sometimiento, casi incondicional, como lo prueba la frase inicial de invocación : *Y señoras y señores, amigas y amigos, porque lo dice el respetable público*. Esta insistencia se evidencia además por la constancia con que se hace presente : *de lunes a domingo de doce del mediodía a doce de la medianoche* (págs. 39 y 209). La magnitud que adquiere alcanza los límites de lo mítico, como vemos en el quinto texto, *el ritmo que el Macho Camacho ha puesto, impuesto, transpuesto y pospuesto a su olímpica guaracha es verdaderamente fenomenal* (pág. 77), al igual que en el sexto donde se nos dice que *nada hay tan titanesco como un hombre del pueblo que hace valer sus talentos que Dios le dio* (pág. 89). La equiparación del mito greco-latino con el cristianismo prosigue en el séptimo y octavo texto. Por algo en el primero leemos que *esa guaracha por ser tan de verdad se va al cielo de la fama* (pág. 101) mientras que en el otro corroboramos que la célebre pieza posee *letra de religiosa inspiración*. (pág. 111) y, en fin, en el noveno, que *lo que el Macho Camacho ha puesto en su guaracha es su alma suya, su corazón suyo que es también el corazón grande de un hombre que ha pasado hambre* (pág. 123) Aquí, desde luego, el autor traslada el problema a otra categoría, que es la de la lucha de clases sociales para poder entonces aclarar que la célebre guaracha es causa y consecuencia de la vivencia del pueblo boricua - *que mulato es lo que no es, que negro es lo que es, negro de apaga y vámonos*(pág. 123) - para luego recalcar una vez más la nota religioso-popular con respecto al autor de la guaracha *que es como decir el cura o el pastor o el evangelista de la cosa* (pág. 159).

Los textos radiofónicos del locutor han ido *in crescendo* señalando realidades del quehacer boricua que no pueden ser falseadas. Debemos, no obstante, observar que inmediatamente antes del texto que acabamos de citar Sánchez escribió otro, como para rematar lo ya narrado, y que irrumpe en el discurso del locutor dada su importancia como evento político. Así leemos

Interrupción del hit parade de la primera emisora de la radio antillana para lanzar a la histeria y a la historia un extra bien extra: bomba en la Universidad...interrupción para encarecer mil perdones por la interrupción anterior, interrupción de la arrebatación del momento, la arrebatación surca el cuadrante; arrebatación que nos recuerda que la vida es una cosa fenomenal. Bela Lugosi, Frankenstein, El Monstruo de la Laguna Negra (pág. 157)

¹ Las páginas citadas son de la segunda edición, Ediciones de la Flor, Buenos Aires, 1976.

LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN LA GUARACHA DEL MACHO CAMACHO

El evento anunciado, de carácter político, será luego tratado - y silenciado - por la prensa escrita. Sin embargo, esto no impide que la infatigable labor del locutor continúe y que el éxito de la pieza se imponga progresivamente, y que ésta se transforme inclusive en otros géneros musicales, siendo a la vez *ópera en tiempo de guaracha* (pág. 195), *son sabrosón* y *dulzón* (pág. 221) hasta el texto decimonono donde finaliza así :

Y señoras y señores, amigas y amigos, aquí está la guaracha del Tarzán de la cultura, el Supermán de la cultura, el James Bond de la cultura, aquí está la ecuménica guaracha del Macho Camacho *La vida es una cosa fenomenal*. (pág. 247)

Este último punto de referencia es múltiple. Tarzán y Supermán son héroes para público infantil de tirillas cómicas, como James Bond lo es, para el adolescente y adulto del *best-seller* detectivesco y de espionaje. Recordemos que los tres personajes son protagonistas de películas de gran difusión que por lo demás se difunden constantemente en la televisión. Sea como sea, del texto se desprende que el locutor ordena a los auditores establecer asociaciones con estos superhéroes de la sociedad de consumo instándolos a olvidar lo que son para querer vivir lo que no son. De tal suerte, su realidad es una no-realidad que implica, sépanlo ellos o no, una pérdida progresiva y constante de su propia identidad.

Aunque no de manera tan directa como sucede con la radio, sobre todo mediante los textos radiofónicos, otros medios de comunicación, como la televisión y la prensa escrita cumplen funciones bien precisas en la novela de Sánchez. La primera se observa sobre todo de manera indirecta, con alusiones dentro de la narración que constatan el ansia de escapismo de algunos de los personajes y que no por ser alusiones dejan de ser importantes. Al respecto debe citarse la personalidad de Iris Chacón, y el espectáculo de ésta, tan célebre entre la teleaudiencia popular de Puerto Rico. Célebre por sus movimientos y vestimentas reveladores es el ídolo indiscutible e inalcanzable de China Hereje o La Madre, como también se llama al personaje en el texto

LA MADRE QUERÍA cantar a lo Iris Chacón tonaditas de caramelo y chocolate. La Madre quería bailar a lo Iris Chacón y asentar fama continental de nalgatorio anárquico. La Madre quería perderse y encontrarse en las curvas sísmicas que tienen su kilómetro cero en la cintura. La Madre quería SER Iris Chacón y desmelenarse públicamente como una tigresa enfebrecida destas que los locutores llaman temperamentales : bizcas por el mirar penetrante, ofrecido y nunca dando el escote precipitado, la boca en abrir a medio. Una vez transformada en la artista Iris Chacón o hecha la artista Iris Chacón o recauchada como la artista Iris Chacón, proceder a mimar el deseo de los hombres por entre las greñas encandiladas, greñas vacacionantes de la cara y sus aledaños. Resignada a la canallada de no ser quien quería ser, dispuesta a aceptar del lobo un pelo, La Madre se juraba que un día cualquiera, tras estampar su firma, añadiría, tan tan como tan tan : alias Iris Chacón. La Madre: si se me metiera entre ceja y ceja sería la acabadora de la televisión : descarado flujo de conciencia. (pág 56)

Notemos que Sánchez, con su malicia habitual, va un paso más allá. En un momento de su novela sugiere que si China Hereje tiene como modelo a Iris Chacón, ésta , a su vez, indudablemente, ha debido tener como modelos a María Félix, Ninón Sevilla, María Antonieta Pons, Amalia Aguilar, Tongolele, Isabel Sarli, y otras (pág.

114). Para él nadie se escapa de este proceso de sublimación, especie de interminable cadena para él.

Dentro de la misma categoría, aunque de manera un poco diferente, observamos cómo Sánchez hace mención de otros aspectos de la televisión boricua y de la influencia de éstos en la mentalidad de los televidentes. Es importante señalar cómo cita los nombres de ciertas *vedettes*, algunas de ellas masculinas, como Braulio Castillo y Daniel Lugo, figuras estelares de algunas telenovelas de gran difusión (pág. 29). También, con respecto a China Hereje, se cita el *grandioso teleculebrón* El hijo de Angela María *que convirtió en melaza el corazón isleño* (pág. 23), sobre todo en las clases más populares del país. Igualmente sucede, aunque de manera diferente con Graciela, la esposa burguesa del senador Vicente Reinoso, quien, al moverse en otra clase social, tiene como modelos a personajes, reales o ficticios, pero representantes de la gran burguesía o de la nobleza internacional. Por tal razón Graciela sueña con otro tipo de telenovela :

La palabra otoñal la atosiga de recuerdos conmovidos, recuerdos lastimosos de una novela de televisión protagonizada por la profunda trágica Madeline Willemsem, la gran Madeline Willemsem destruída, capítulo tras capítulo por la perversidad absoluta de un ingeniero canalla que empaña el precioso collar de perlas que le regala un conde austriaco, conde austriaco que no era tal conde austriaco pero sí un apache de los bajos fondos de París... La novela se llamaba *Perlas otoñales*, la novela se llamaba *El otoño de las perlas*, la novela se llamaba *Perlas para mi otoño*. (págs. 167 y 168)

La prensa escrita ocupa un lugar no poco importante en *La guaracha del Macho Camacho*. Dentro de este género - y siempre con el tono malicioso que caracteriza la visión y la escritura de Sánchez - pueden establecerse diferentes categorías. En ellas se establece una relación clara entre el tipo de revista y quien las lee, así como las consecuencias que dichas lecturas tienen en la imaginación de los personajes. China Hereje, por ejemplo, tiene empapeladas las paredes de su *casita de Martín Peña*, con las portadas de revistas de programas de televisión y de noticias de consumo popular como lo son *Vea*, *Teveguía*, *Avance*, *Estrellas* y *Bohemia*, con el retrato de Iris Chacón que *es la oferta suprema de una erótica nacional* (pág. 17 y 18). Benny, el hijo de Graciela y de Vicente Reinoso, con todos sus problemas sexuales, se dedica a la lectura de *Playboy*, *Oui*, *The Penthouse* y *Screw* (pág. 252) mientras Graciela dedica sus esfuerzos a la lectura de *Vanidades*, *Intima* y *Buen Hogar* (pág. 109), como en su juventud lo hizo con las crónicas sociales de *Puerto Rico Ilustrado* y *Alma Latina* (pág. 45).

Un poco más complejo, sin embargo, es la presentación del caso ofrecido por la revista *Time*, cuyo ejemplar Graciela hojea mientras espera su turno en la oficina del psiquiatra. Pasa por alto los eventos analizados, de los cuales se nos citan *unas instantáneas del Vietnam napalizado* (pág. 110 y 161), el escándalo de Watergate en Washington y el asesinato de Salvador Allende - *or death in cold blood*, dice el texto, citando en el idioma original el título de la novela de Truman Capote - que confrontan al lector, y en este caso a nuestra lectora, con la realidad histórica del mundo exterior. Sin embargo *se detiene fas-ci-na-da, he-chi-za-da- embrujada, a mirar la fascinante, hechizante, embrujante fotografía de la casa de Liz y Richard en Puerto Vallarta* (pág. 110 y 161). Igualmente sucede con la reseña de la boda de Jacqueline Kennedy y

de Onassis, presentada como auténtica *princesita* de cuentos de hadas (pág. 162-163). La confrontación con este otro tipo de realidad no se le escapa a Graciela :

Hay cosas que siendo cosas no son para narrarlas : los piojos del placer punzante pican y pican y pican el amor propio de Graciela Alcántara y López de Montefrío. Graciela Alcántara y López de Montefrío picada y picada y picada por el placer punzante de los piojos del placer tira al aire el *Time*, bota al aire el *Time*, lanza al aire el *Time*, chilla dolida, chilla resentida, chilla chillada : eso es vivir, eso es vivir, eso es vivir. Graciela Alcántara y López de Montefrío da saltos de mona en celo o saltos monos, da saltos de gorila en celo o saltos gorilos, eso es vivir, eso es vivir, eso es vivir. Resumido: el amor propio se le hace confetti. (pág. 163).

Sánchez también trata sobre los periódicos más conocidos de la sociedad puertorriqueña. Benny, a pesar de sus ideas de extrema derecha, no puede sino deleitarse al mirar a las jóvenes universitarias que di tribuyen lo periódicos de izquierda *Claridad* y *La Hora* (pág. 128) que, naturalmente no lee por preferir al diario *El Mundo* (págs. 133, 187 y 212). A la casa de sus padres llegan, además de éste, otros dos : *El Nuevo Día*, de tendencia estadista y publicado en español, y *The San Juan Star*, el único periódico puertorriqueño publicado en inglés y sobre el que Graciela no siempre tiene reacciones felices

En dramático olor de procerato le recordó que ese pueblo orillero, repulsivo, populachero, le dio el pupitre en el Senado. Porque su zona de acumulación electoral se constituía con las barriadas orilleras, repulsivas, populacheras, las mismas que ella debería visitar en labor cívica de rescate social y amor prójimo, acompañada de Pipo Grajales, Edi Crespo o José García, fotógrafos del *San Juan Star*. Graciela lloró . Lloró como una Magdalena. (pág. 226)

En todo caso Sánchez se plantea el problema de la existencia de una prensa realmente objetiva. Lo hace con respecto al tratamiento que ésta hace sobre la bomba que explota en la Universidad. Al narrar sobre cómo se dio al público la noticia, y sin precisar de qué periódico se trataba, el novelista maliciosamente explicita que *en partecillo colocado en la página de las esquelas mortuorias, prensó que los incendiarios no dejaron huellas por lo que el atentado se investiga* (pág. 191). Más adelante, y siempre con respecto a la bomba de la que Benny es uno de los responsables, especifica que las noticias que llegan al público sobre el evento son *según la opiniónísima de observadores imparciales imparcializados* (pág. 213). Debemos señalar que uno de los diarios de más popularidad en Puerto Rico durante el momento en que la acción se supone que suceda se llamaba justamente *El Imparcial*.

Como puede observarse, estos tres diferentes medios de comunicación - la radio, la televisión, la prensa escrita - presentan una realidad incontestable que se mantiene vigente por un fenómeno constante que es el de la falsificación. Cada es realmente lo que es sino lo que parece. En consecuencia, este universo funciona únicamente en cuanto a que se acepte como realidad, no la realidad en sí sino su cara aparental.

De la enorme riqueza que nos provee Sánchez para explicitar este mundo reverberante y fundamentado en lo aparental, por falta de espacio, dado a los requisitos de este coloquio, sólo trataremos por encima algunos aspectos que lo conciernen directamente. Aclaremos aquí que nada diremos de la función que desempeñan el cine,

el teatro o el libro y su difusión en general, así como tampoco el lenguaje : ese *puertorriqueño* del que se ha escrito no poco.¹

Sí deseamos, sin embargo, dar una breve hojeada a la publicidad, fundamento de toda sociedad de consumo, tal y cual ésta se halla presentada en la novela. Primero aclaremos que ésta es a la vez causa y consecuencia de todo el caos que se observa en la novela. Es causa porque logra el sometimiento incondicional de los personajes a unas campañas de difusión popular con frecuencia falseadas a través del *slogan* y otros recursos y de medios de comunicación como los citados : la radio, la televisión y la prensa escrita y, sobre todo, a través de la guaracha en sí, que es, según José Juan Beauchamp, *glosa de la canción de consumo*.² Es consecuencia porque revela que el sometimiento incondicional de los personajes sólo puede traerles su propia destrucción y, al lograr esto, lograr la total desintegración del mundo en que viven.

Observemos primero que el universo de objetos que rodea a los personajes consta de objetos personalizados, llamados únicamente por su marca, y no por su nombre o calidad o por la función que realmente deben cumplir. La marca entonces es lo que importa del objeto, de cualquier objeto. Su valor radica en la eficacia de la función, o al menos la eficacia que la campaña publicitaria le ha, con o sin razón, atribuido. Así, entre otros, en lugar de un detergente tenemos a *Ace (como hace el Ace* , pág. 14), de pasta de dientes, a *Colgate* (pág. 105), de medicinas a *Cortal*, que *corta el dolor* (pág. 105) y a *Alka Seltzer, efervescido y efervescente* (pág. 91), de afeites y maquillajes a *Glostora* (pág. 27), a *Coppertone, Johnson* (pág. 141) *Crema Ponds, Eterna Veintisiete* y *Second Debut* (pág. 155), los alcoholados *Eucaliptino* (pág. 17) y *Superior Setenta* (pág. 69), los perfumes que siendo de Graciela son, naturalmente, todos importados : *Vogue Souvenir, Jean Patou, Guerlin, Coco Chanel, Bellodgia de Caron, Ecusson de Jean d'Albert, Shalimar, Chamade, Narciso Negro, Madame Rochas* (págs. 228 y 229).

Si el universo que viven los personajes es aparential es porque es uno de quita y pon, como lo es toda vestimenta. Eso explica la importancia dada aquí a los modistos. La cantidad de ellos citados es impresionante : Oscar de la Renta (pág. 28), Givenchy, Halston, Balmain (pág. 41), Ted Lapidus (pág. 232), los puertorriqueños Martin, Carlota Alfaro (pág. 41) y Rafaela Santos (pág. 229) y los cubanos Mojena (pág. 41) y Fernando Pena (pág. 229).

Igualmente sucede con las marcas de bebidas y comidas, cervezas, rones, vegetales y frutas en conservas y otros que nos llegan como *India* (pág. 19), *Corona* (pág. 34), *DonQ* (pág. 80), jugo de pera *Libby* (pág. 118), Pan *Holsum* (pág. 151), bizcocho *Sara Lee* (pág. 155), queso *Indulac* (pág. 203), sopas *Campbell* (págs. 165 y 204). Aunque sean más los productos importados que los llamados *del país*, el sistema se aplica a todos por igual.

De los productos señalados por su marca, posiblemente el más significativo aquí es el automóvil. Eso en nada debe de sorprendernos, dada la importancia que tiene

1 Puede consultarse al respecto : Eliseo R. Colón Zayas, *El teatro de Luis Rafael Sánchez*, Madrid, Editorial Playor, Biblioteca de Autores de Puerto Rico, 1985; Efraín Barradas, *Acercamiento a la obra de Luis Rafael Sánchez: para leer en puertorriqueño*, Río Piedras, Puerto Rico, Editorial Cultural, 1981 y *Apatabramiento : Diez cuentistas puertorriqueños de hoy*, Hanover, Ediciones del Norte, 1983.

2 José Juan Beauchamp, *La guaracha del Macho Camacha. Lectura política y visión de mundo*, *Ibid.*, 173.

el tapón en la novela. Debemos señalar al respecto el *Ferrari* de Benny, personalizado hasta el extremo psicológico y sexual y el *Mercedes Benz* de Vicente. Otras marcas citadas son el *Dodge* (pág. 36 y 150), el *Volvo* (pág. 95), el *Mazda* de Lola (pág. 96), el *Volkswagen... osado de tamaño* (pág. 130), el *Mustang* (pág. 152). En fin el culto al automóvil trasciende a todas las generaciones y a todas las clases sociales y en todos los casos es siempre lo mismo. Uno de los textos de Benny especifica al respecto

O sea pero realísticamente hablando que tenga su Ford, que tenga su Toyota, que tenga su Datsun, que tenga su Cortina, que tenga su Cougar, que tenga su Rambler, que tenga su Chevy : lo importante es que tenga su carro o su cacharro o su cascarita o su cascarito con cuatro ruedas. (pág. 188).

Así el automóvil es compañero y amigo, pariente y amante, no es objeto, ni vehículo de transporte : es persona.

La esencia misma del automóvil se falsea como se falsean la esencia y la identidad de los personajes. Mucho más evidente que el caso de Graciela, que el de Benny o el de China Hereje - sobre Doña Chon no hablaremos aquí pues pensamos hacerlo en un futuro cercano - es el caso de Vicente Reinoso. A través de él, Sánchez critica a la vez dos aspectos de la burguesía : la clase adinerada y la clase política. Vicente Reinoso es senador, de antigua familia de origen español, descendiente de la Beltranaja (pág. 190), falso esposo y padre de familia cuya amante de turno es China Hereje, la admiradora de Iris Chacón. Es el blanco perfecto de toda la crítica de Sánchez. Esto puede observarse cada vez que el personaje es mencionado o cada vez que lo vemos actuar en la novela. En todo momento, con la mera mención de su nombre, y al lado de éste, aparece, cual fórmula homérica, una frase que describe el carácter moral del personaje. Nuestro novelista no esconde que el empleo de este recurso responde a un deseo de exacerbar las cualidades falseadas del personaje, cualidades que son falseadas como también lo son las campañas de publicidad que se utilizan con respecto a cualquier producto. Así Vicente deja de ser un personaje para convertirse en un objeto como los objetos dejaron de ser objetos - el caso de los automóviles ya ha sido señalado - para convertirse en personajes. Esto explica la razón de ser de lo que Sánchez llama claramente en su novela *cuñas publicitarias* (pág. 218) inventadas para lograr la reelección del personaje al senado de su país.

Un estudio detallado de ellas indica que cada cuña consta de dos partes. La primera se repite constantemente y sin excepción. La segunda añade alguna nueva cualidad moral e intelectual a la primera. Por su terminación en *ente*, ambas riman con el nombre de pila del personaje. Ahora bien, la primera y constante cualidad que se le atribuye a Vicente es la de ser *decente*. Algunas de las secundarias son :

- y buena gente (pág. 27)
- y su conciencia es transparente (pág. 27)
- y la bondad paciente (pág. 28)
- y con el pobre condoliente (pág. 29)
- y su talento es eminente (pág. 30)
- y su idea es consecuente (pág. 31)
- y nunca miente (pág. 34)
- y no ha tenido un accidente (pág. 36)
- y su carácter envolvente (pág. 93)

Cannen VASQUEZ

y su verbo es contundente (pág. 94)
y su honor es iridescente (pág. 96)
y su hacer es eficiente (pág. 97)
y su estampa es absorbente (pág. 98)
y nació inteligente (págs. 98 y 149)
y respeta al disidente (pág. 149)
y su pudor erubesciente (pág. 151)
y su entraña es contundente (pág. 152)
y la piedad le es repelente (pág. 152)
y su calma es estremeciente (pág. 154)
y su meollo es esplendente (pág. 217)
y su dignidad es creciente (pág. 219)
y su moral es persistente (pág. 220)

Estas cuñas, verdaderos falsos refranes, espejos auténticos de un mundo aparential y reverso como el presentado en nuestro libro, aclaran el estado caótico que Sánchez observa en la realidad puertorriqueña de nuestros días. Por eso la guaracha que el locutor impone al auditor en la radio, y de la que hablamos al principio de este trabajo, es tan similar a la vida regalada de Vicente Reinoso¹ y al mundo desenfrenado de China Hereje, de Graciela y de Benny, el joven en quien todas las esperanzas deberían cifrarse y que, sin embargo, sólo provoca una aún mayor desilusión. Sánchez lo dijo muy claro en su artículo *La generación o sea*, al describir la juventud universitaria de la década del setenta. Allí podemos leer:

La escuela puertorriqueña es un carnaval de veleidades, bailoteo y caridad putrefacta, ropaje y máscaras alegrotas, ceremoniales... orientación rotunda para la desorientación rotunda. La tontería se eleva a categoría, la frivolidad también. Como si el norte de todo el sistema educativo puertorriqueño fuera el fracaso estrepitoso.²

La conclusión a que llega Luis Rafael Sánchez no es nada optimista. Para él, Puerto Rico, *país desclasado* (pág. 169), víctima de un sistema exacerbado impuesto, entre otras cosas, por un sistema dominado por los medios de comunicación, se halla en un pleno e irrevocable proceso de desintegración.

¹ Pedro Alzuru ha acertado al afirmar : "el éxito de la guaracha es paralelo al éxito de Vicente Reinoso, ambos son productos de la Industria Cultural que se transforma en el primer poder: la propaganda le vende ídolos a las masas y las masas a los ídolos, todo se vende y se compra: la gente, las clases, la música, el sexo, la isla". ("La guaracha del Macho Camacho de Luis Rafael Sánchez", *Identidad y literatura en los países hispanoamericanos*, Paul Verdevoye, compilador, Buenos Aires, Ediciones Solar, 1984, pág.290).

² Luis Rafael Sánchez, *La generación o sea*, *Claridad*, San Juan, 23 de enero de 1972, pág. 22.