

*Los objetos nos cuentan:
ejemplos de agencia material en Rita Indiana*

Maria Cristina Caruso
UNIVERSITÀ DELLA CALABRIA

ABSTRACT

This essay examines the work of Rita Indiana, addressing both her literary and musical production, focusing on the exploration of material agency and its influence on the shaping of social identity. It centers on the novels *La Estrategia de Chocueca* (2003) and *Papi* (2005), along with the song *Equeibol* (2010), to unravel how characters establish connections with objects that symbolically encapsulate success and the pursuit of economic power. Through exploring the link between material agency and the construction of social identity for the protagonists, the purpose is to inquire into how the influence of symbolic objects on the representation of social and economic dynamics is a central theme in Rita Indiana's work.

Keywords: Material Agency, Social Identity, Consumerism, Inequality, Cultural Stereotypes.

Este ensayo examina la obra de Rita Indiana, abordando tanto su producción literaria como musical, focalizándose en la exploración de la agencia material y su influencia en la configuración de la identidad social. Se concentra en las novelas *La Estrategia de Chocueca* (2003) y *Papi* (2005), junto con la canción *Equeibol* (2010), para desentrañar cómo los personajes establecen vínculos con objetos que encapsulan simbólicamente el éxito y la búsqueda del poder económico. A través de la exploración de la conexión entre la agencia material y la construcción de la identidad social de los protagonistas, el objetivo es indagar en cómo la influencia de los objetos simbólicos en la representación de las dinámicas sociales y económicas es un tema central en la obra de Rita Indiana.

Palabras clave: Agencia Material, Identidad social, Consumismo, Desigualdad, Estereotipos Culturales.

Introducción

En el contexto de los estudios sociales y culturales aplicados a la crítica literaria, la obra de Rita Indiana Hernández (Santo Domingo, 1977), en arte Rita Indiana, representa un objeto de análisis particularmente interesante. La autora se forma en el contexto de las artes visuales, que abandonará para dedicarse a la escritura y a la música. Después de la publicación de sus libros de cuentos *Rumiantes* en 1998 y *Ciencia succión* en 2002 y su primera novela *La estrategia de Chochueca* (2003), su éxito como escritora de interés internacional es determinado por su novela *Papi* (2005) traducida al inglés, alemán e italiano. En el año 2009, Rita Indiana da forma al proyecto musical Rita Indiana y los misterios. Con esta iniciativa, logra fusionar sus intereses de toda la vida, que incluyen el arte conceptual, la música popular, las tradiciones mágico-religiosas afrocaribeñas y la crítica social. El proyecto ganó rápidamente notoriedad a través de plataformas como YouTube y Facebook, lo que catapultó a la cantante a la categoría de auténtica celebridad en la República Dominicana y se extendió a Puerto Rico y otras partes de las Antillas.

Rita Indiana es una escritora que centraliza el elemento sociocultural como pilar narrativo prácticamente en toda su obra, tanto literaria como musical. Su sensibilidad artística se ve estimulada por las complejas condiciones económicas y culturales en las que el sujeto dominicano e hispano caribeño contemporáneo toma forma y se desarrolla, proponiéndose como un ente simbólico de una condición poliédrica en su dramatismo. De hecho, el sujeto al que Rita Indiana hace referencia es contemporáneamente no occidental, es decir, no pertenece a la parte del mundo que domina a las demás; es postcolonial, postdictatorial y, muchas veces, pobre. La autora aborda problemáticas identitarias y sociales desde una perspectiva que centraliza el malestar de las personas comunes, ofreciendo a los lectores no dominicanos y no caribeños espacios representativos comprensibles e inclusivos que les permiten descubrir lugares de enunciación a menudo silenciados. El tono intimista de sus obras se ve acompañado por ritmos violentos en su frenesí, creando un ritmo que trasciende los límites del realismo y se manifiesta en formas comunicativas innovadoras y fascinantes:

[...] para las escritoras caribeñas se ha configurado como un desafío particular encontrar espacios desde los cuales hablar, que no estén determinados por el imaginario occidental, hoy ni estén en peligro de ser apropiados por las fuerzas del capital globalizado. [...] La narración de Rita Indiana Hernández utiliza el estilo del flujo de conciencia, el cual refleja los ritmos divergentes del paisaje urbano de Santo Domingo, en la República Dominicana. Así, la autora retrata un flujo de cosas y cuerpos que desean y consumen, y que se mueven en varias direcciones simultáneamente. [...] Rita Indiana Hernández [...] hoy representa

realidades sociales de la República Dominicana a través de personajes propios de sectores excluidos, con lo que he desafía los procesos identitarios vinculados a la raza y al género [...]. (Strobel: 2017.)

La "dominicanidad" que nos presenta Rita Indiana es el resultado de procesos históricos violentos y dinámicas culturales en las que se mezclan el racismo interiorizado y la adoración fanática del modelo occidental, es decir, el modelo individualista-capitalista. En este contexto, el papel de los objetos simbólicos es sumamente impactante. Desde las primeras etapas de la invasión, la conquista y, posteriormente, la independencia y el establecimiento del gobierno dominicano (con todas sus características despóticas), la historia de la República Dominicana ha estado marcada por patrones simbólicos que se resumen en objetos de poder, como monumentos, edificios, herramientas de trabajo y platos típicos.

Las teorías de Lefebvre (1974) y Bourdieu (1988) contribuyen de manera significativa a nuestra comprensión de cómo el espacio, las herramientas laborales, la cultura y la producción alimentaria no solo son elementos tangibles de la vida cotidiana, sino también dispositivos de poder que influyen en las dinámicas sociales y económicas. En la obra magistral de Henri Lefebvre, *La producción del espacio* (1974), se establece una perspectiva única sobre la relación intrínseca entre el espacio construido y las dinámicas sociales. Lefebvre desafía la concepción convencional del espacio como un mero entorno físico y propone, en cambio, que sea considerado como un producto social. El concepto clave de Lefebvre, que divide el espacio en las dimensiones del espacio percibido, concebido y vivido, añade una complejidad significativa al análisis de la relación entre el individuo y su entorno. Esta tríada conceptual destaca la importancia de la experiencia sensorial del espacio, la intencionalidad en su diseño y la dimensión personal y cotidiana de su vivencia. La producción social del espacio, según Lefebvre, es un proceso intrincadamente vinculado a factores sociales y políticos. El capitalismo y el urbanismo surgen como fuerzas significativas que influyen en la configuración del espacio construido, trascendiendo la mera creación física de estructuras para abordar las complejas relaciones de poder que se despliegan en el paisaje urbano. Pierre Bourdieu (1988), por otro lado, contribuye con la teoría del capital cultural, que explora cómo la cultura, la educación y el conocimiento contribuyen a las desigualdades sociales y al poder. Bourdieu examina cómo la posesión de ciertos bienes culturales puede conferir ventajas de poder social, enfatizando la importancia de la cultura en la reproducción de las jerarquías sociales.

La evolución de la historia moderna dominicana se ha movido hacia un sistema capitalista y consumista basado en el modelo occidental, especialmente durante la dictadura de Rafael Leónidas Trujillo, conocida como la "Era Trujillista" que abarcó desde 1930 hasta 1961, durante la cual la cultura

dominicana se vio influenciada por una epistemología nacionalista, reaccionaria, conservadora y centrada en Occidente, impulsada por dinámicas de violencia racista y explotación económica despiadada. El proyecto de Trujillo se basó en la explotación de recursos humanos y naturales para satisfacer la demanda del mercado estadounidense de bienes de consumo. Sin embargo, este proyecto no implicó una reorganización de las agencias sociales involucradas en los procesos productivos, sino que agravó las desigualdades sociales.

En este marco, la teoría de Pierre Bourdieu ofrece una lente valiosa para comprender el capitalismo occidentalocéntrico en el contexto del régimen dictatorial de Leónidas Trujillo en República Dominicana: Bourdieu, en su obra *La distinción: Criterios y bases sociales del gusto* (1988), desarrolla la noción de capital cultural, argumentando que la cultura y el conocimiento no sólo son manifestaciones estéticas, sino también formas de poder que perpetúan desigualdades sociales. En el caso de Trujillo, el régimen no sólo se sostenía en la opresión política, sino también en el control de los símbolos culturales y en la imposición de un modelo occidentalizado. Trujillo, en su afán de consolidar su régimen autoritario, utilizó estratégicamente el control de la educación, la cultura y la imagen pública para consolidar su poder. Fomentó una adoración fanática del modelo occidental, promoviendo la internalización de patrones culturales que reforzaban la jerarquía social y el individualismo capitalista. Al imponer un ideal cultural occidentalocéntrico, Trujillo no solo buscaba legitimar su régimen ante la comunidad internacional, sino también garantizar la sumisión de la población dominicana a través de la internalización de valores capitalistas.

En este sentido, la teoría de Bourdieu ofrece una perspectiva esclarecedora para entender cómo el capital cultural se convirtió en una herramienta de poder en manos de Trujillo. Al analizar cómo la imposición de un modelo cultural occidental contribuyó a la consolidación del régimen dictatorial, se revela la conexión intrínseca entre la cultura, el poder y las dinámicas del capitalismo occidentalocéntrico durante ese período en la República Dominicana. En este contexto, la importación de bienes de lujo, como automóviles y ropa de alta moda, adquirió una gran relevancia, ya que estos bienes se convirtieron en dispositivos de significación social, representando símbolos de estatus y éxito. Durante esta fase, de hecho, el consumismo fue promovido como parte de una política de modernización y desarrollo económico. Se fomentó el consumo de productos locales y la inversión extranjera, lo que llevó a la llegada de empresas estadounidenses a la República Dominicana. Esto contribuyó al aumento de la urbanización y al consumo de bienes de consumo, entendido como una dinámica esencial en un proceso de occidentalización de la cultura dominicana, fortaleciendo dinámicas de rechazo identitario radicalizado ya desde las primeras décadas de la República. Sin embargo, es importante destacar que sólo

una pequeña parte de la población dominicana tenía y todavía tiene la capacidad de acceder a estos productos de lujo y de realizar la conversión al modelo consumista. Como resultado, la influencia de estos objetos se ha extendido en términos epistemológicos, contribuyendo a exacerbar la brecha en la sociedad dominicana.

En la contemporaneidad, la República Dominicana se ha integrado más en la economía global, ha experimentado un aumento en el comercio internacional y en la disponibilidad de productos importados. Esto ha contribuido a la diversificación de las opciones de consumo y al acceso a una amplia gama de productos extranjeros. Sin embargo, la desigualdad económica sigue siendo un problema, con una brecha significativa entre los sectores más ricos y los más pobres de la población. La República Dominicana presenta una marcada disparidad de ingresos, donde una parte de la población disfruta de ingresos altos, mientras que otros luchan por cubrir sus necesidades básicas. Esta disparidad se manifiesta tanto en áreas urbanas como rurales, donde el acceso a servicios básicos y oportunidades económicas es desigual. Un alto porcentaje de la población trabaja en el sector informal, donde los trabajadores a menudo enfrentan condiciones laborales precarias y bajos ingresos. Esto, a su vez, fomenta la criminalidad organizada y el acceso a formas ilegales de ganancia, como el narcotráfico y la prostitución.

En este contexto, el turismo juega un papel fundamental. Los turistas se benefician de los precios particularmente bajos de los servicios turísticos y, en muchas ocasiones, explotan las necesidades económicas de los dominicanos más pobres, accediendo a servicios ilegales como el narcotráfico y la prostitución. Además, el turismo se basa en dinámicas de explotación de recursos humanos y ambientales, lo que agrava aún más la ya precaria situación medioambiental del Caribe. Asimismo, el sector turístico tiene un gran impacto en la importación de prácticas de consumo y estereotipos culturales que influyen significativamente en las actitudes de los dominicanos.

En este contexto, la fetichización de bienes de consumo reconocidos como culto de la cultura modelo de referencia, específicamente la cultura norteamericana, puede entenderse a la luz del concepto de McDonaldisación propuesto por George Ritzer (1983). La McDonaldisación implica la estandarización y homogeneización de la cultura a través de la racionalización y eficiencia, fenómeno claramente observado en la popularización de la comida rápida de grandes cadenas comerciales. En este sentido, la comida rápida se convierte en un ícono fetichizado, representando no sólo un producto consumible, sino también una manifestación simbólica de la cultura occidental vista como la única forma de emancipación. La fetichización no se limita solamente a la comida rápida, sino que se extiende a otras categorías de bienes de

consumo reconocibles, como las bebidas icónicas de la publicidad televisiva y radiofónica estadounidense, la ropa de marcas deportivas, relojes y moda. Estos objetos, lejos de ser simples productos, se convierten en representaciones simuladas de la cultura del consumo, donde la McDonaldisación y la estandarización cultural se entrelazan, creando un culto imitativo de la cultura occidental, percibida como un camino hacia la emancipación y la distinción social. La fetichización, en este marco, refuerza la idea de que estos bienes no sólo cumplen funciones prácticas, sino que también actúan como símbolos de estatus y distinción en una sociedad marcada por la McDonaldisación y la influencia cultural occidental.

Rita Indiana es una escritora profundamente consciente de estas dinámicas y el consumismo – o, más precisamente, la obsesión por el consumismo de origen occidental – a menudo es una fuerza que impulsa y guía las actitudes de sus personajes. La construcción de estos personajes se basa en listas infinitas de objetos que se convierten en simulacros simbólicos de modelos de comportamiento. Es extremadamente importante destacar que, en la obra de Rita Indiana, los objetos llenan los espacios literarios para revelar el vacío económico que afecta a los dominicanos, al igual que a la mayoría de las personas nacidas en contextos vulnerables y precarizados por las dinámicas de poder dominadas por los ricos países occidentales.

Rita Indiana no sólo es escritora, sino también compositora y cantante y, a través de su música, se ha convertido en la voz de las calles dominicanas, que están habitadas por individuos que se enfrentan a un complejo entramado de problemas sociales, políticos y económicos:

[...] Rita Indiana señala a la música dominicana y a la cultura popular como un eje de su estilo y [...] desarrolla en las letras de sus canciones problemáticas raciales de la República Dominicana. [...] Rita Indiana propone una nueva forma de escuchar, una forma politizada de escuchar. [...] obliga al público a confrontar otros puntos de vista, y en particular, a reflexionar sobre sus propios sentimientos acerca de los grupos marginados, produciendo así un potencial de transformación social. (Hutchinson: 2017)

Igualmente, su prosa está impregnada de la vida urbana y la cotidianidad, lo que se manifiesta principalmente en su enfoque descriptivo que se centra sobre todo en la presencia difusa de objetos que saturan las escenas y determinan la materialidad de sus textos. En los relatos, novelas y letras de las canciones de Rita Indiana, los objetos dan forma al universo narrativo y lo enmarcan en categorías sociales precisas. A continuación, ofreceré una panorámica de algunos de los textos – tanto literarios como musicales – de Rita Indiana, con el objetivo de demostrar cómo la agencia material es uno de los temas principales en la

construcción de sus personajes y de sus mundos literarios. Estos mundos suelen centrarse en la dominicanidad y en las relaciones discriminatorias que caracterizan su estructura social.

“La estrategia de Chochueca”

El concepto de dominicanidad es complejo y multifacético, y abarca las sutilezas de la historia, la cultura y sociedad dominicanas. Este término va más allá de una simple etiqueta nacional y se convierte en una reflexión profunda sobre las múltiples influencias que contribuyen a definir lo que significa ser dominicano. En primer lugar, la dominicanidad refleja las raíces históricas de la nación, trazadas a través de la colonización y la herencia de la esclavitud. Estos eventos han dejado una marca indeleble en la formación de la identidad dominicana, dando lugar a una multiplicidad de facetas que abrazan tanto las culturas indígenas como las africanas, junto con influencias europeas. La dimensión cultural de la dominicanidad está fuertemente entrelazada con la tradición y la expresión artística: la música, la danza, la literatura y otras manifestaciones creativas son vehículos cruciales para la transmisión de esta identidad compleja. Artistas como Rita Indiana emergen como intérpretes de la dominicanidad contemporánea, desafiando los cánones y explorando nuevas perspectivas a través de sus obras. Además, la dominicanidad comprende una reflexión crítica sobre las dinámicas sociales y políticas presentes en el tejido de la sociedad dominicana. Temas como el racismo interiorizado y la influencia del modelo occidental, particularmente encarnado por el capitalismo individualista, constituyen los elementos clave de esta reflexión. La dominicanidad se encuentra así en la encrucijada entre el orgullo nacional y la conciencia crítica de los desafíos internos que la sociedad debe enfrentar para construir una identidad inclusiva y sostenible. A través de su obra, Rita Indiana ofrece una clave refinada para entender este concepto complejo. Su escritura íntima y los ritmos frenéticos se revelan como herramientas poderosas para explorar los matices de la dominicanidad, dando voz a aquellas voces frecuentemente marginalizadas y contribuyendo así al diálogo en curso sobre la construcción de la identidad dominicana en el contexto contemporáneo (*cfr.* Rosana Díaz-Zambrana 2009):

[Rita Indiana] Hernández, a partir de las experiencias de los sujetos marginados presentes en sus obras, describe comunidades performativas que [...] se resisten a la codificación [...] su escritura demuestra las posibilidades creativas de imaginar nuevas categorías de identidad a través de espacios subalternos, presentando colectividades que no estén basadas en identidades fijas, sino en una resiliencia compartida. (Strobel: 2017)

En este ensayo me interesa detectar como, utilizando la polisemia de los objetos de consumo y explotando su capacidad para definir y establecer clases y órdenes de consumidores, Rita Indiana relata las formas perversas con las que las subjetividades económicamente desfavorecidas intentan resignificarse más allá de los bordes de la marginalidad.

Según mi opinión, la escritora dominicana quiere subrayar cómo las relaciones de poder y de marginación pasan a través de los objetos y su compraventa, una dinámica que se replica en cada tienda de souvenirs, en cada resort y en cada relación comercial y turística. Un ejemplo de esto se encuentra en su primera obra, la novela corta *La estrategia de Chochueca* (2003). La historia narrada es la de Silvia, una *flâneur* posmoderna (cfr. Strobel 2014), que se ve en la situación de tener que devolver unos altavoces gigantes robados por algunos de sus amigos durante un *rave party*. La tarea de Silvia es bastante simple, pero se ve dinamizada por el riesgo de que la policía se involucre. Durante este viaje en las entrañas de Santo Domingo, Silvia relata las relaciones amicales y eróticas que mantiene con coetáneos europeos que visitan su ciudad, como estudiantes en estancia. La trama, casi esquelética, se centra en una estructura narrativa bastante compleja: el uso del flujo de conciencia, la mezcla de español, spanglish e inglés, los cambios repentinos del discurso indirecto al directo contribuyen a una representación particular de la experiencia de lectura con el objetivo de hacer más tangible la sensación de movimiento perpetuo, motivado por una contemplación analítica irredimible del entorno, un hormiguero de cosas que definen a las personas:

Fuimos al Mercado Modelo muchas veces, no a comprar nada, a ver, como veíamos la mayoría de las cosas, con un placer de eso basta, ver digo. Los collares, las botellas de mamajuana, el olor a madera por la multitud de adornos y mecedoras, las vendedoras que sonríen casi siempre, las canastas, los turistas en chancletas de cuero, machetes, joyas de larimar, aguas para el mal de amor, cajitas de todos los tamaños, disparates que la gente compra, azabaches, escapularios, muñecas de cerámica y gente. [...] éramos cómplices del absurdo, cuando andábamos las calles a pié [...] (Rita Indiana 2003, 21).

La escena se desarrolla en uno de los lugares más simbólicos de Santo Domingo: la Avenida Mella, que a pesar de su tamaño reducido alberga uno de los espacios comerciales más importantes de toda la nación dominicana. Es aquí donde la cultura consumista se manifiesta en toda su dominante hegemonía: en este espacio, los objetos son símbolos de clases sociales, grupos culturales y, sobre todo, relaciones interpersonales. La proliferación de todos estos productos, ya que de hecho la lista enumera una cantidad enorme de objetos comercializados, evoca una acción simple, pero fundamental: la compra. Este

espacio acoge a personas anónimas, y los objetos representan el medio para alcanzar el potencial individual de realización.

La noción de *El Sistema de los Objetos* (1969), desarrollada por Jean Baudrillard, explora cómo los objetos en la sociedad contemporánea no solo cumplen funciones prácticas, sino que también desempeñan un papel crucial en la construcción y expresión de significados culturales. En este contexto, el acto de compra se convierte en un gesto cargado de potencial de realización, donde los objetos no sólo satisfacen necesidades prácticas, sino que también contribuyen a la formación de identidades individuales y colectivas. La compra, en la perspectiva de Baudrillard, va más allá de la mera adquisición de bienes, sino se convierte en un acto simbólico mediante el cual las personas participan en la construcción de significados culturales y sociales. Los objetos adquiridos se vuelven signos y símbolos que comunican valores, estatus y pertenencia a determinados grupos o estilos de vida. El potencial de realización en el gesto de compra radica en la capacidad de los objetos para transformar no sólo el entorno material, sino también la percepción de uno mismo y de los demás. La elección de ciertos productos y marcas puede ser un medio para expresar identidad, estilo y aspiraciones. Además, el acto de compra puede proporcionar un sentido de control y empoderamiento, ya que las personas participan activamente en la configuración de su entorno y en la construcción de narrativas personales a través de los objetos que eligen.

Sin embargo, este potencial de realización también está vinculado al fenómeno de la fetichización de los objetos, donde la importancia simbólica de los bienes a menudo eclipsa su utilidad práctica. Baudrillard argumenta que vivimos en una sociedad donde los objetos se han vuelto tan significativos que su valor simbólico puede llegar a eclipsar su función original (1969: 79). En otras palabras, la cultura actual tiende a asignar a los objetos una carga simbólica tan potente que su utilidad real queda en segundo plano. Esta idea se conecta con la teoría de Deleuze y Guattari (1972) con que se explora la relación entre el deseo y las estructuras sociales. Los filósofos proponen una perspectiva innovadora sobre cómo los individuos interactúan con la sociedad y los objetos. En este contexto, la convergencia entre las ideas de Baudrillard, Deleuze y Guattari radica en la comprensión de como los objetos, más allá de su función práctica, adquieren una importancia fundamental en cuanto portadores de significado en la sociedad contemporánea.

En *La estrategia de Chochueca* estas dinámicas se actúan por medio de la fetichización turística de la dominicanidad: los elementos culturales o sitios históricos son destacados y consumidos principalmente por su valor simbólico – más que por su función original – por parte de forasteros que consuman el contexto dominicano en cuanto bien de consumo turístico. En el contexto de la

fetichización turística, los visitantes pueden transformar un lugar o elemento cultural en un símbolo, atribuyéndole significados que van más allá de su contexto histórico o cultural genuino, y esto a menudo implica una simplificación o estereotipación de la cultura local para satisfacer las expectativas turísticas. El acto simbólico, en este caso, se convierte en una forma de participación activa de los turistas en la construcción de narrativas culturales simplificadas y estereotipadas. La protagonista de la novela, Silvia, se ve inmersa en una dinámica donde su curiosidad contemplativa nace de las interacciones con visitantes extranjeros en la capital dominicana, ya sean turistas o estudiantes de intercambio cultural. Estos personajes foráneos ejercen una influencia significativa en la autopercepción de Silvia, desencadenando una reflexión profunda sobre la cosificación y marginalización de la identidad cultural local en el contexto del turismo occidental.

En la República Dominicana, el consumo cultural turístico ha transformado la rica diversidad cultural local en un bien de consumo para los turistas occidentales. Esta colectivización de la cultura dominicana se ha llevado a cabo como parte de un proyecto de capitalización turística de la identidad local, donde elementos emblemáticos, como el larimar, los ingredientes de la cocina criolla y los ritmos de la música dominicana, se han convertido en dispositivos de consumo cultural. No obstante, esta transformación no ha estado exenta de consecuencias, ya que estos elementos culturales se convierten en objetos de explotación colonialista por parte de los agentes de la economía turística occidental. En esta dinámica, las emociones y la intimidad asociada a los elementos identificativos de la cultura local se han vuelto esenciales en la experiencia turística. La protagonista de *La estrategia de Chochueca*, al observar la mercantilización de la identidad cultural, experimenta de manera impactante la cosificación generada por la mirada colonizadora del turista occidental y este fenómeno refleja la hiperrealidad descrita por Baudrillard (1978) donde la representación simplificada y fetichizada de la cultura local desvincula la realidad de las comunidades locales de la experiencia turística. Así, la cosificación y marginalización de sus identidades se manifiestan de manera contundente en la interacción entre la protagonista y el entorno turístico, revelando las complejidades de la influencia occidental en la construcción y percepción de la identidad cultural dominicana:

Cuando los acompañábamos a comprar a las tiendas de regalos para los turistas un sentimiento desagradable se me colgaba del brazo, quizá verlos allí, de pie ante un montón de objetos made in Dominican Republic era verlos ante nosotros, los otros que somos los mismos assholes que gritan " Rubia, rubia, ¡¡¡psst!!! Párate ahí". A lo mejor nos veían como muñecos de caoba que se ponen en un estante o sobre la chimenea y cae la nieve y se está tan bien con la calefacción y el cuarto

lleno de recuerdos, recuerditos de Santo Domingo y nada más. Compraban collares de coral para la mamá, ceniceros de hueso para el tío, un ídolo taíno para el hermano... (Rita Indiana 2003, 19).

La selección semántica de la cita es muy precisa y crea un contrapunteo entre el mundo exótico dominicano (tal como se percibe desde la mirada turística y colonialista) y el ambiente doméstico (estereotípicamente occidental), donde la marginalidad caribeña se inscribe en objetos de decoración que se acumulan como testimonio de la existencia de heteropías coloniales. Desde una perspectiva alternativa al horizonte interpretativo hegemónico, Silvia nos sumerge en un mundo en el cual las personas son definidas en función de su capacidad de consumo: los dominicanos con los que interactúan los occidentales son considerados parte de un espacio arbitrariamente marcado como lugar de consumo, entonces, se trata de subjetividades consumibles, cosificadas por la mirada colonizadora.

Silvia, al observar la manifestación concreta de la cosificación de la existencia humana, comprende que su pertenencia a una categoría social subalterna está definida por relaciones económicas y, por lo tanto, culturales. Siguiendo a Baudrillard (1968), en la sociedad contemporánea los bienes de consumo no solo tienen un valor de uso, sino también un valor simbólico y, por ende, de comunicación. Cuando los turistas, concentrados en el espacio heterotópico del mercado, compran objetos que imitan la cultura y el pueblo dominicano, convierten a los souvenirs en una representación inerte de una cierta categoría humana y los cosifican: estos objetos son el símbolo de dinámicas económicas y culturales excluyentes y violentas, que estratifican la sociedad globalizada a través de dispositivos simbólicos, es decir los objetos, que establecen una epistemología jerárquica.

Esta dinámica implica una autodefinition involuntaria: como demuestra Alexis Celeste Bunten (2019), las relaciones turísticas que implican la comercialización de la cultura local requieren una negociación identitaria por parte de las comunidades locales, que comercializan su cultura adaptándose a las expectativas de los turistas. En este marco, los conceptos de dispositivo y simulacro de Giorgio Agamben (2007) pueden aplicarse para analizar como la agencia de los objetos y la dinámica de consumo influyen en la percepción de la realidad y la identidad: la compra de recuerdos de viaje y souvenirs se puede entender como un dispositivo, un conjunto de acciones cotidianas y banales que, en apariencia inofensivas, contribuyen a la reproducción de un sistema de dominación cultural y económica. Estos objetos, en su carácter de dispositivos, no solo sirven como simples bienes consumibles, sino que participan en la banalización de elementos culturales e identitarios de contextos geopolíticos subalternos. La agencia de estos dispositivos radica en su capacidad para

normalizar y perpetuar una visión simplificada y consumible de la realidad, alienando a individuos como Silvia en el sistema dominante y opresivo. Los souvenirs, en este contexto, funcionan como simulacros: estos objetos, en lugar de representar de manera auténtica las experiencias, relaciones y culturas compartidas, se convierten en símbolos estereotipados que distorsionan la realidad. La compra de estos souvenirs se aleja de su función original, que debería recordar experiencias reales, convirtiéndolos en meros símbolos de estatus: se transforman en objetos que anulan ontológicamente a las personas y culturas a las que simbolizan.

Al compararse con una figura de caoba en la casa de ricos occidentales, la protagonista ilustra cómo su existencia se reduce a símbolos materiales consumibles, donde los souvenirs, en lugar de recordar su identidad real, la reemplazan y anulan su estatus ontológico. En este sentido, los souvenirs se convierten en simulacros que refuerzan la supremacía del comprador y marginalizan la autenticidad de quienes venden su identidad. El impacto de la protagonista con esta revelación produce un sentimiento de rabia y frustración:

Me quedé a esperarte en el carro y cuando entraste en el edificio vi las llaves pegadas al suiche y sentí unas ganas terribles de encender el carro y robarlo, desaparecer, a una velocidad desesperada, de viento en la cara y la ropa y la boca, y como la jonda del diablo coger carretera, una o todas las carreteras que parten esta puta isla en mil, visitar parientes desconocidos, lugares desconocidos del sur, el baúl lleno de ron y un machete o un bate de beisbol, cruzar la frontera, cometer delitos, reírme como un demonio lo haría levantando el polvo en los caminos vecinales, alojarme con campesinos que prenden guayacán para aromatizar sus ranchos, seguir recorriendo esta tierra que tantos pisan, manejar tanto tanto hasta que se deshaga el mapa de infiernos que aguarda más allá de Villa Altagracia, fuera de esta ciudad y sus barrios [...] en cualquier pedazo de autopista, todo un solo asfalto de yo y carro y yo... aunque un día la isla se acabaría. ¿Y después? El mar insoportable por todos lados (Rita Indiana 2003, 22-23).

Como se puede apreciar en la cita, la protagonista desea escapar de este escenario humano establecido por dinámicas excluyentes y violentas. Su huida toma la forma de recorrer carreteras, explorar los mapas que organizan el mundo y las personas. Quiere huir de los estereotipos gnoseológicos de su cultura, al mismo tiempo que busca descubrir la autenticidad que se esconde detrás de los objetos simbólicos. La descripción del deseo de escapar, expresado a través de la idea de encender el carro y desaparecer a una velocidad desesperada, refleja una comprensión dinámica del espacio que, según Doreen Massey (1994), puede ser interpretada como un deseo de explorar territorios más allá de las categorizaciones preestablecidas, desafiando así las narrativas simplificadas y

occidentalocéntricas con que su espacio es colonizado epistemológicamente. Además, Massey (1993) introduce el concepto de “geometría del poder”, destacando que las relaciones de poder están vinculadas con la configuración del espacio: la protagonista desea escapar de ideas estereotipadas que exaltan el modelo occidental, sugiriendo una resistencia a las construcciones hegemónicas de poder que limitan y excluyen.

La imaginación de Silvia la lleva a lugares desconocidos y a conocer a personas que le permiten experimentar una libertad de movimiento que sólo aquellos que nacen fuera de un espacio colonizado y subalternizado, como los barrios pobres y turísticos de Santo Domingo, pueden disfrutar. Los objetos que Silvia ha observado en manos de sus amigos occidentales tienen el poder de provocar una epifanía violenta en la protagonista y condicionar sus deseos. Silvia anhela sumergirse en una experiencia de escape radical que la convierta materialmente en parte de aquella carretera que la aleja del mundo limitante al que está destinada.

La ciudad en llamas es un sueño que siempre tengo, el de un fuego apocalíptico que se come a Santo Domingo. Hay otro en el que la isla se hunde por aquello de Duarte. Nadie le digo cuando les digo que arde, que los fuegos llegan a los techos del Alcázar de Colón y que el Obelisco es una inmensa vela ennegrecida. De todos modos se mueren todos cuando yo ya me he despertado, siempre se quedan parados haciendo fila para entrar a una venta de pasillos, me despierto antes de que se joda definitivamente la cosa (Rita Indiana 2003, 47).

En esta cita particularmente dramática e impactante en su narrativa, Silvia reduce el opresivo mundo de la subalternidad dominicana a meros símbolos del poder que rigen la historia de la República Dominicana. Silvia destruye, en sueño purificador, toda la ciudad, la nación, la isla y su historia de dominación. Una vez más, los objetos toman protagonismo y, por sinécdoque, sustituyen a las personas dominicanas y su historia. El sueño llega a su fin, y la chica se despierta rodeada de multitudes de consumidores en procesión, rindiendo culto eterno al consumismo. Esta cita es particularmente llamativa, ya que condensa la inevitabilidad del imperativo consumista – resumido en la última frase – y la imponencia de los símbolos culturales que, colapsando en el sueño de la protagonista, hacen que una esperanza desesperada de cambio se alargue.

“Papi”

El tema de la urgencia consumista y la obsesión por los símbolos de estatus también impregna la segunda novela de Rita Indiana, *Papi* (2005). La protagonista es una niña anónima de unos ocho años que vive fragmentos

interminables de su existencia esperando a su padre, un narcotraficante rico y poderoso por el cual toda una comunidad espera recibir algo para sobrevivir. De hecho, al igual que la niña, todo el barrio al que pertenece la familia de Papi depende de su regreso y de sus regalos. Papi es alguien que ha acumulado poder y dinero aprovechándose de un sistema corrupto y violento, y la niña es el producto de un sistema en el que la vida se rige por dinámicas violentas que facilitan el ascenso económico, en detrimento de cualquier forma de convivencia comunitaria. Una vez más, la trama no es complicada: la niña espera a su papá, quien está casi siempre ausente, y cuando pasan tiempo juntos en raras ocasiones, él le regala enormes cantidades de juguetes, le muestra un estilo de vida radicalmente materialista y le transmite un culto al consumo y al poder económico que él mismo simboliza.

El narcotraficante encarna un modelo representativo que explica claramente el concepto de agencia material. En muchas narrativas relacionadas con el narcotráfico, los personajes narcotraficantes acumulan riquezas significativas a través de actividades ilegales. Esta riqueza se traduce en una agencia material considerable, ya que estos personajes pueden comprar lujos y objetos costosos de manera ostentosa. Esta agencia material frecuentemente se revela como una forma de poder y estatus en la comunidad y en la cultura de masas. Estos objetos no sólo se adquieren para el disfrute personal, sino que también funcionan como señales visibles de su éxito en el mundo del consumismo, actuando como dispositivos simbólicos que determinan y evidencian el poder económico.

El narcotráfico y la agencia material están estrechamente relacionados, ya que las actividades de narcotráfico generan riqueza y poder económico que se manifiesta a través de la adquisición de objetos costosos y símbolos de estatus. Para describir esta compleja relación entre el sujeto agente, el narcotraficante, y la comunidad a la que pertenece y que desea impresionar para ganar un mayor poder representativo, Rita Indiana crea una figura compleja que se desvanece en su definición. El personaje de Papi es controvertido e inexplicable, y se construye mediante una meta-textualidad reconocible. En ningún momento se describe al personaje de Papi; se da por sentado que el lector lo imagina a través de los estereotipos de la cultura de masas construida por las industrias culturales dominantes, como el cine. Uno de los dispositivos que más influye en el efecto de la agencia material en la construcción cultural es, sin duda, el medio de comunicación, entendido en todas sus manifestaciones mediáticas.

Papi es un personaje que evoca decenas de otros personajes estereotípicos, todos ellos unidos por un único patrón de comportamiento: la acumulación de bienes materiales con el fin de alcanzar un alto estatus. Es un personaje que podría pertenecer a cualquier película producida en el contexto más amplio de la

cultura del consumo. Papi ejemplifica el mecanismo mediante el cual los medios de comunicación masiva promueven una cultura de consumo que celebra la adquisición de bienes y la búsqueda constante de novedades. Esto puede llevar a un aumento en la agencia material, ya que las personas se sienten presionadas para adquirir objetos y productos que se consideran deseables o representativos. Papi, como un personaje publicitario, representa un modelo de vida lujoso y aspiracional.

Según mi interpretación, es interesante notar como el personaje de Papi funciona en cuanto dispositivo simbólico de la agencia material y de aquellas formas de violencia que subyacen no sólo al ejercicio del poder criminal, base del éxito económico de Papi, sino al capitalismo mismo en sus formas más crudas, que con Sayak Valencia (2010) puede ser definido capitalismo *gore*: Papi resume justamente la idea que el capitalismo es un sistema económico que conduce a situaciones de explotación, desigualdad, degradación ambiental y crisis humanitarias extremas:

Eso es lo único que se oye. Papi y sus socios repartiéndoselo todo, billetes de mil, billetes premiados a Lotería, relojes, cadenas, fundas de plástico llenas de prendas de oro, [...], mil millones de pesos en billetes de a cinco, one for you one for me, el menudo se lo echan a las matas. Los socios de papi tienen todos una barriguita y bigotes y relojes de oro como el de papi, y te hablan como si usaran walkie talkies aunque uno esté al lado de ellos (Rita Indiana 2005, 85).

Papi es un estereotipo, y por eso no se puede ni se quiere humanizar mediante características precisas, definidas o únicas. Su identidad debe ser abstracta e inefable así que pueda evocar una entidad indefinida pero llamativa: Papi y los personajes que lo acompañan son figuras vacías, estereotipos comportamentales y valoriales, significantes de un sistema gnoseológico popular en que se puede reconocer la simple y nuda obsesión materialista por el poder económico. Criminales cualesquiera, actúan repetitivamente una parte y se vuelven dispositivos de realización de un sistema de consumo totalizante. Se trata de personajes que, en su agencia material, realizan la brecha de riqueza cada vez mayor entre los más ricos y los más pobres. La niña ve muy pocas veces a su papá, y cuando esto ocurre es siempre en casas enormes, llenas de objetos de lujo, bienes de consumo de cada forma y función:

[...] entramos en una de las casas de papi, que son como ciento cincuenta, en las que están parqueados por lo menos siete carros y en donde siempre hay gente ayudando a entrar un mueble nuevo, una estufa, una botella con barquito de cristal soplado adentro. Y en cada casa una piscina, que papi en persona ha llenado con ballenas inflables, dragones, strawberryshortcakes inflables, botes de remos, botes con motor (la piscina es muy grande), submarinos en miniatura

adonde cabemos papi y yo [...], por donde se ven las criaturas marinas más monstruosas que viven en el fondo de la piscina y que yo contemplo valientemente para que papi me vea, para que papi sepa que yo no le tengo miedo a nada (Rita Indiana 2005, 37).

El mundo de Papi se parece a un paraíso terrenal donde se puede gozar y gozar y gozar más. Los objetos que saturan las miles casas de Papi confirman e imponen un simple y poderoso monito: la acumulación de bienes de consumo coincide con el bienestar, con el poder, con la satisfacción. Así la niña aprende a interpretar el mundo como el terreno de caza donde el miedo a la violencia y a la muerte es un obstáculo a la felicidad que se compone de objetos y de gestos de consumo. Las cosas significan el mundo, y las cosas que posees y consumes significan y categorizan a los individuos. Aquí me parece puntual referirme al texto de Rita Indiana a partir de las teorizaciones de Zygmunt Bauman (2007): observando a Papi, la niña descubre que vivimos en una sociedad de consumo en la que el acto de consumir se ha convertido en una actividad fundamental, y la adquisición de bienes y servicios se ha vuelto una forma importante de construir la identidad y el estatus social. De esta forma, la construcción narrativa de Rita Indiana revela la capacidad de agencia de los bienes en toda su simple potencia e impacta el lector gracias a la focalización de una niña tan pequeña y, por lo tanto, tan susceptible a la manipulación. Siempre con Bauman (2007), interpreto las secuencias narrativas más íntimas y familiares, es decir los momentos que la niña y su papá comparten, como representaciones de la fragmentación relacional provocada por el individualismo totalizante típico de la cultura de consumo. El filósofo argumenta que el consumismo promueve un tipo de individualismo en el que las personas están enfocadas en satisfacer sus propios deseos y necesidades en lugar de preocuparse por el bienestar común y, cosificando cada relación interpersonal, contribuyen a la fragmentación social:

Y papi y yo nos comemos los hamburgers, los cheese burgers, los bacon mushrooms cheese burgers y papy pone boca de hamburger y le arregla el calimete a un Seven Up grandísimo y me lo ofrece con ojos de hamburger [...] y papi recuesta la espalda en el paladar agarrando con la boca el apple pie (Rita Indiana 2005, 110).

En esta cita que disgusta por el exceso bulímico con que los personajes consuman la comida símbolo de la cultura pop estadounidense, el dicho *junk food*, la relación filial es mediada por el consumo, o bien se basa exclusivamente en la experiencia del consumo. El consumo de simulacros satisface a la niña. La *Seven Up*, las hamburguesas, funcionan como entes simbólicos de un mundo – lo del hiperconsumo de bienes – del cual la niña desea ser parte, volviéndose potente,

como su papá. Sin embargo, Papi no es capaz de ser más que un simulacro, y es él mismo un objeto de consumo, un ente de las dinámicas de poder de las que hace parte y, por ende, es incapaz de relacionarse con su hija sin la mediación de los objetos:

En cada casa papi me ha preparado una habitación [...]. Papi tiene tantos gremlins y raimbow brites para mí que ya ni me gustan. Un closet lleno de rainbow brites y gremlins. Papi también me ha comprado botas y crayolas y alphabet stickers, pretested waters colors, flexi foam sheets, pelucas de la Barbie, sweet shirts, halloween decorations, wide angle compact binoculars, rechargeable power spotlights, a junior utility table, erseys, gloves, leather gloves para el invierno, para cuando vaya a visitarlo, para cuando vuelva y me lleve con él (Rita Indiana 2005, 37).

Papi es indescriptible e intangible, no tiene carne ni sangre. Papi se manifiesta como una lista infinita de juguetes que pretenden disimular su inconsistencia y suplir su amor, llenando el vacío que deja su puntual ausencia. En esta dinámica, los objetos adquieren una agencia emotivo-familiar, generando una fragmentación social y relacional que Bauman (2007) describe como uno de los pilares del individualismo consumista.

En *Papi*, Rita Indiana explora la influencia de los bienes de consumo en la construcción de la epistemología de la protagonista. La niña aprende a evaluar sus relaciones sociales y afectivas en función del poder económico. La novela culmina en la fantasía de la niña de convertirse en profetisa del culto a Papi, simulacro de una ontología radicalmente consumista e individualista.

“Equeibol”

El interés de Rita Indiana por la influencia de los objetos en la construcción de identidades sociales se refleja también en su producción musical. En este contexto, destaco su canción *Equeibol*, del álbum *El Juidero* de 2010. La canción parece surgir del mismo imaginario que rodea a *Papi*. Con un ritmo ascendente, característico del merengue, una voz narra su deseo de poseer un *skateboard* como objeto de culto, símbolo de una cultura fascinante y un mundo atractivo y deseable:

Quiero montar equeibol
y yo no tengo equeibol
voy a empeñar los aretes de mi mai
pa comprarme un equeibol

El texto refleja – como es característico en cada canción de Rita Indiana – el

lenguaje dominicano y destaca de manera notable el deseo de tener un *skateboard* en cuanto objeto popular, algo esencial para pertenecer a un grupo social. El narrador se muestra dispuesto a tomar medidas extremas, como robar a su madre, con el fin de tener la oportunidad de poseer este objeto de culto. Este deseo es tan fuerte que trasciende los lazos familiares y los fragmenta. La influencia material de este objeto se manifiesta a través de listas de personas que, al poseerlo, pueden considerarse parte de un grupo, específicamente, un grupo *cool* que ejerce influencia cultural o que es socialmente dominante. Tener este objeto permite un cambio de estatus:

El Boli tiene equeibol
y Eddy tiene equeibol
cuando yo tenga equeibol voy a rodar
como ello en un equeibol.
Y seguiremo una ruta
en bola eh humo
como magluta
hasta la plaza y la bandera

El objeto de deseo promete el acceso a un grupo cultural y social particular, funcionando como un dispositivo que determina la pertenencia a una comunidad y establece estándares de autorrealización basados en representaciones materiales. A través de este objeto, el narrador puede acceder a espacios de conocimiento compartidos y participar en ellos como parte de un grupo. Además, aquellos que poseen el objeto experimentan una asimilación identitaria que les permite alcanzar un espacio de representación comúnmente reconocible; mediante el uso de este objeto, logran visibilidad y adoptan una forma de existencia esencialmente performativa:

cuando yo tenga equeibol voy a rodar
como ello en un equeibol.
Y en la piscina de Arroyo Hondo
yo me tiro, me enrrollo y me encondo
y en la calle de tu barrio
me quieren ver hacer los trucos

[...]

Como en un sueño me vi
en Gazcue al atardecer
haciendo un truco mortal
donde mataron a Amin Abel.

Y en la rampa del mirador
hice un trisistiquisfli
como en un disco dedol
todo lo chamaco me gritaron a mi
gloria gloria gloria gloria

Ese objeto de culto permite al sujeto entrar en un mundo de símbolos ampliamente reconocidos por el público, convirtiéndose en un portal hacia el éxito personal y la fama, es decir, hacia el reconocimiento público. Este aspecto es particularmente interesante porque ilustra cómo la influencia de los objetos materiales también determina la visibilidad de un individuo en un contexto social específico, revelando como, en la sociedad contemporánea, la identidad del individuo y su pertenencia a un grupo también están influenciadas por los objetos simbólicos que poseen y exhiben.

En resumen, es evidente que, en muchas de las obras de Rita Indiana, los objetos forman parte integral de la descripción y, posiblemente, de la evolución de los personajes, la mayoría de los cuales se ven confrontados con la influencia simbólica de los objetos, especialmente los bienes de consumo. Desde mi interpretación, Rita Indiana se muestra como una escritora especialmente consciente de la influencia que los objetos ejercen en la construcción de la identidad social en el mundo contemporáneo. Al narrar historias en las que el poseedor de un objeto está vinculado al éxito, Rita Indiana ofrece al público un espacio para reflexionar, desde una perspectiva no hegemónica, sobre cómo la agencia material y la cultura del consumo moldean la sociedad, creando diferencias categoriales y brechas entre las personas. Además, su obra testimonia la experiencia hispano-caribeña, dominicana en particular, de la circulación de los objetos y de las consecuencias de la afirmación de la cultura hiperconsumista.

A través de las obras literarias y musicales de Indiana, específicamente las novelas *La Estrategia de Chocueca* (2003) y *Papi* (2005), así como la canción *Equeibol* (2010), he intentado demostrar cómo los personajes establecen vínculos con objetos que simbolizan el éxito y la búsqueda del poder económico. La agencia material, en la obra de Rita Indiana, se presenta como una herramienta crítica que desentraña las dinámicas sociales y económicas subyacentes en la cultura ultraconsumista actual. Los objetos simbólicos, como se representan en las novelas y la música de Rita Indiana, no sólo cumplen funciones prácticas, sino que también actúan como elementos que reflejan y refuerzan las desigualdades sociales, la brecha entre estratos socioeconómicos y las construcciones de poder. La fetichización de ciertos bienes de consumo, que se reconoce como culto de la cultura modelo de referencia, revela la imitación acrítica de un modelo occidental que perpetúa estereotipos y normas de éxito material. En última instancia, la agencia material se convierte en un prisma a través del cual Rita Indiana

cuestiona las narrativas hegemónicas del consumismo y de la occidentalización; su enfoque proporciona una perspectiva crítica sobre como los objetos simbólicos no sólo representan el éxito y el poder económico, sino que también actúan como instrumentos de reproducción de desigualdades y asimetrías culturales. Así, la obra de Rita Indiana se erige como una reflexión aguda sobre las complejas intersecciones entre la cultura, el consumo y la identidad, invitando a una reevaluación de nuestros patrones de consumo y sus implicaciones en la sociedad contemporánea.

Bibliografía

- Agamben, Giorgio. 2016. *Che cos'è un dispositivo?*. Milano: Nottetempo.
- Baudrillard, Jean. 1978. *Cultura y simulacro*. Barcelona: Kairós.
- (1969) 2004. *El sistema de los objetos*. Madrid: Siglo XXI.
- Bauman, Zigmund. 2012. *Vida de consumo*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- Bourdieu, Pierre. 1998. *Capital cultural, escuela y espacio social*. Madrid: Siglo XXI.
- 1988. *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- Bunte, Alexis. 2018. *Indigenous tourism movements*. Toronto: Toronto University Press.
- Deleuze, Gilles e Félix Guattari. (1972) 2004. *El Anti Edipo. Capitalismo y esquizofrenia*. Barcelona: Paidós.
- Díaz-Zambrana, Rosana. 2009. "Una alternativa a la novela del dictador? Paternalismo, nación y posmodernidad en *Papi* de Rita Indiana Hernández". *Sargasso* 2: 83-92.
- Hutchinson, Sydney. 2017. "Una propuesta transgénica de la música de Rita Indiana: hoy el potencial transformador de sus canciones y videoclips, y el compromiso de leer- escuchar entre líneas /pa'la'o". In *Rita Indiana: Archivos*. Coordinato da Bustamante E., Fernanda, 351-385. Santo Domingo – Berlín: Ediciones Cielonaranja.
- Lefebvre, Henri. 1974. "La producción del espacio". *Papers: revista de sociología* 3: 219-229.
- Massey, Doreen. 1993. "Power-geometry and a Progressive Sense of Place". *Mapping thefuture* 101: 59-69.
- 1994. *Space, place and gender*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Rita Indiana Hernández. 2003. *La estrategia de Chochueca*. San Juan: Isla Negra.
- 2005. *Papi*. Madrid: Periférica.
- 2010. *Queibol. El Juidero*. San Juan: Sony.
- Ritzer, George. 1983. "The McDonaldization of Society". *Journal of American*

Culture 6 (1): 371-379.

Strobel, Leah. 2017. "Lo cool, lo veloz y lo erótico: huyendo de la identidad en la novela *La estrategia de Chochueca* de Rita Indiana Hernández". In *Rita Indiana: Archivos*. Coordinato da Bustamante E., Fernanda, 39-56. Santo Domingo – Berlín: Ediciones Cielonaranja.

Valencia Triana, Sayak. 2010. *Capitalismo Gore*. Barcelona: Melucina.

María Cristina Caruso

Doctora en Estudios Humanísticos por la Universidad de Calabria. En su investigación se centra en el análisis cultural de obras de especulación proyectiva precedentes del Caribe Hispano contemporáneo. Actualmente, se encuentra investigando la ciencia ficción dentro del contexto hispano-caribeño actual, contribuyendo así al entendimiento de las dinámicas literarias y culturales de la región.

Contacto: maria.cristina.caruso@gmail.com

Recibido: 25/09/2023

Aceptado: 15/03/2024