

Raza, género y tiempo libre en Puerto Rico¹

Race, Gender, and Free Time in Puerto Rico

Giselle Román Medina² 

Pontificia Universidad Católica de Valparaíso



Para citaciones: Román Medina, Giselle. "Raza, género y tiempo libre en Puerto Rico". *PerspectivasAfro* 2/2 (2023): 335-350. Doi: <https://doi.org/10.32997/pa-2023-4187>

Recibido: 15 de septiembre de 2022

Aprobado: 13 de diciembre de 2022

Editora: Silvia Valero. Universidad de Cartagena-Colombia.

Copyright: © 2023. Román Medina, Giselle. Este es un artículo de acceso abierto, distribuido bajo los términos de la licencia <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/> la cual permite el uso sin restricciones, distribución y reproducción en cualquier medio, siempre y cuando que el original, el autor y la fuente sean acreditados.



RESUMEN

En este artículo ejemplifico la actualización de las fantasías turísticas que hacen del Caribe *un lugar de tiempo libre* en el éxito musical "Calma", interpretado por Pedro Capó y Farruko. Como contracara menos auspiciosa de tales fantasías, analizo las acusaciones de pereza a sectores de la población puertorriqueña en las canciones "Y no hago más na", del Gran Combo de Puerto Rico, y "Calobó y Bambú", de la Sista, así como en el cuento "Pollito Chicken", de Ana Lydia Vega. La comparación de estas acusaciones para pensar la generización y racialización del acceso al tiempo libre, hace notorios los límites de expresiones culturales de resistencia descolonizadora o feminista no interseccionales.

Palabras clave: Tiempo libre; turismo; música puertorriqueña; Ana Lydia Vega.

ABSTRACT

In this article I offer examples of the most recent versions of touristic fantasies about the Caribbean as *a place of free time*, in the hit song "Calma", performed by Pedro Capó and Farruko. In addition, I use the songs "Y no hago más na", by the Gran Combo de Puerto Rico and "Calobó y Bambú", by la Sista, as well as the short story "Pollito Chicken", by Ana Lydia Vega, to explore the less cheerful counterpart of such fantasies: the accusations of laziness against segments of the Puerto Rican population. The comparison of these accusations sheds light on the gendering and racialization of access to free time and renders evident the limits of non-intersectional decolonization and feminist cultural expressions.

Keywords: Free time; tourism; Puerto Rican music; Ana Lydia Vega.

¹ Este artículo forma parte del proyecto Fondecyt de Iniciación "Vaga libertad: ocio y negocio en las literaturas caribeñas contemporáneas" N° 11200325, del cual Giselle Román Medina es la investigadora responsable.

² Ph.D en Estudios Hispánicos por la Universidad de Pensilvania, BA en la Universidad de Puerto Rico, Río Piedras. Profesora asociada en Literatura. Correo: giselle.roman@pucv.cl

Tiempo libre

Las fantasías que hacen del Caribe un lugar de entretenimiento, con imágenes que alternan entre un calmado descanso y una energizada fiesta, a menudo, altamente erotizadas, abundan en la publicidad turística. Ciertos éxitos musicales sonados globalmente, como “Calma” (lanzada en 2018) de Pedro Capó y Farruko, actualizan, capitalizan y refuerzan estas fantasías con tanto o más alcance que los anuncios exclusivamente turísticos, haciendo de Puerto Rico, en este caso, una marca que se publicita. Pretendo, por un lado, ejemplificar cómo en nuestro presente postfordista, o, en palabras de Paul Preciado, “farmacopornográfico”, la industria musical renueva la concepción del Caribe como cura de los males de la modernidad, de manera que la región se proyecta como tiempo libre espacializado para enfrentar el agotamiento laboral. Por el otro, pretendo discutir ejemplos de rechazo al trabajo, tanto asalariado, como doméstico, para pensar la generización (*gendering*) y racialización del acceso al tiempo libre. Los ejemplos que analizaré provienen de la cultura puertorriqueña y van desde el presente hasta principios de los años ochenta, momento en que muchas mujeres puertorriqueñas salen al mundo laboral asalariado y en el que se amplía la economía de servicios. Comenzaré por analizar la mencionada canción “Calma”,³ clasificada como pop latino tropical, que se imbrica evidentemente con la publicidad turística. Pasaré a comentar la menos reciente canción “Y no hago más na” (lanzada en 1982), del Gran Combo de Puerto Rico y de otro género, la salsa, donde se valora de modo ambivalente el rechazo al trabajo.⁴ A ésta yuxtapondré el análisis del rechazo al trabajo doméstico, del auto-reconocimiento del derecho al tiempo libre y de la denuncia de su distribución desigual entre hombres y mujeres, en la canción “Calabó y Bambú”, (lanzada en 2008), de la cantante de reguetón la Sista.⁵ Finalmente, comentaré el cuento “Pollito Chicken” (1981),⁶ de Ana Lydia Vega, que coexiste con una acusación de pereza contra los puertorriqueños, la cual permite, sin embargo, señalar limitaciones al feminismo que no integra una crítica decolonial.⁷

Catherine Cocks examina dos concepciones contrapuestas sobre los trópicos, una que lo plantea como fuente de enfermedades y otra que, por el contrario, ve en éstos un ambiente rejuvenecedor, o una cura.⁸ La industria turística se alimenta y es en gran medida artífice de esta segunda concepción. El concepto de “era farmacopornográfica” de Preciado, permite dar cuenta de que la materia principal que vende la industria turística y la musical, sobre todo una que tematiza un lugar históricamente tan sexualizado como el Caribe, es precisamente la excitación y el placer, que se lucra de las frustraciones de un sujeto contemporáneo agobiado y agotado por sobre-trabajo, en gran parte, de tipo afectivo. Asimismo, lo que se vende es una cura o una terapia, sino directamente un fármaco, para ser consumido durante el tiempo libre.

En este mismo sentido, una breve intervención pronunciada por Theodor Adorno en 1969 para la radio alemana, titulada “Tiempo libre”, definía esta categoría en relación con el entretenimiento, lo cual permite un

³ Compuesta por George Noriega y Gabriel Edgar González Pérez.

⁴ Compuesta por José Juan Chiquitín García.

⁵ En la fuente de Youtube utilizada en este artículo aparece escrita como “La Sista-Calabo & Bamboo”, no obstante, en el disco y otras intervenciones aparece como “Calabó y bambú”, con y sin tilde. Opté por usar el nombre “Calabó y bambú”, como aparece en el poema de Luis Palés Matos que sirve de intertexto.

⁶ El cuento fue escrito en 1977 y publicado en 1981.

⁷ Siguiendo a François Vergés, entiendo por feminismo decolonial -o descolonial, en la traducción al español de su libro-, aquél que no es cómplice y defensor de los intereses capitalistas fundamentados en la desigualdad y en opresiones racializadas. Las “feministas civilizatorias”, como llama Vergés al feminismo blanco o que no integra una crítica racial, pretenden ocupar puestos y privilegios antes reservados a los hombres, sin modificar las estructuras de opresión, lo cual implica que sus privilegios sean solo posibles porque mujeres racializadas hacen trabajos desvalorados.

⁸ En esta concepción ambivalente, sin duda, resuena el carácter también contradictorio del fármaco, según lo discutió Jacques Derrida en su comentario sobre Platón y la escritura.

punto de partida para abordar cómo la misma se hace espacio en una geografía cultural. El tiempo libre se opone al tiempo de trabajo en las sociedades capitalistas, pero es completamente determinado y funcional a este último, pues de éste depende la reproducción de la fuerza laboral, además del consumo de mercancías culturales que deben ser entretenidas. Nótese que una de las acepciones de “entretener”, de acuerdo con la RAE, es “[h]acer perder el tiempo de una persona ocupando su atención e impidiendo la realización o continuación de una acción”, con lo cual el tiempo libre, dedicado al entretenimiento, es tiempo perdido. Sin embargo, en la discusión de Adorno queda en evidencia que no se trata de tiempo perdido para el capitalismo, pues es el tiempo de su reproducción, sino que es perdido para fines transformadores. Quien experimenta tiempo libre está temporalmente fuera del tiempo de trabajo, pero en función a este. Adorno lo diferencia del ocio, categoría que no estaría configurada por una oposición y diferencia respecto al tiempo de trabajo (54). Esta diferenciación responde a que identifica al ocio como una categoría histórica anterior, asociada al privilegio de las clases nobles, conquistado posteriormente por la burguesía. La falsa libertad del tiempo libre del asalariado es ilustrada por Adorno con su uso de la esclavitud como metáfora (55). El argumento es, desde luego, muy conocido: después de la extracción de energías durante el tiempo de trabajo, el trabajador -todavía representado como industrial en el contexto de Adorno- quedaría muy cansado para la atención y la actividad transformadora.

Julio Ramos nos recuerda que Adorno, si bien parece no haber comprendido la complejidad de los ritmos de raíz africana, así como sus posibilidades subversivas, sí ofreció una temprana crítica a la idealización contracultural de las geografías no europeas, como lugares donde sanar las angustias causadas por la modernidad. Agrega que no

[...] se puede descartar demasiado pronto las sugerencias de Adorno sobre el mercado de la “diferencia”, la explotación mercantil de la espontaneidad y la improvisación misma, como una de las funciones paradójicas que cumple la industria musical durante la época de masificación fordista. (63)

De esta manera, lugares como el Caribe se han publicitado como espacios de una vitalidad que se supone más primitiva y menos mecanizada. La versión turística del Caribe, como destino de relajación o de fiesta, según los gustos, donde se puede ir a curar el alma, es inseparable de la versión que les atribuye pereza a sus poblaciones. En tiempos del capitalismo postfordista y neoliberal, con toda la responsabilidad sobre el individuo, las afecciones del alma parecen haberse agravado; asimismo, la industria de servicios para atenderlos, incluida la turística, sin duda ha crecido (Laval y Dardot; Han).

Christopher Taylor señala que el uso de la metáfora de la esclavitud en la filosofía europea como lo contrario de la libertad era y es una figura hiperbólica bastante común para representar situaciones de trabajo y falta de derechos. Verifica que la esclavitud se invoca en las conceptualizaciones críticas del trabajo postfordista y particularmente en Antonio Negri, en su teorización sobre el rechazo al trabajo, aunque aparece en muchos otros teóricos, entre estos, Franco Berardi. Este uso puede encontrarse, por ejemplo, en Byung-Chul Han, quien describe al sujeto del rendimiento como “esclavo absoluto” por explotarse a sí mismo sin amo (12). Se pudo constatar, además, que Adorno también emplea la metáfora de la esclavitud en el citado texto de 1969. De acuerdo con Taylor, este uso metafórico falla al nivelar las experiencias del trabajador precarizado y las del trabajador competitivo postfordista, con las del esclavo, sin tener en cuenta que hay una experiencia histórica esclavista concreta que fue determinante sobre todo en la formación del Caribe. Argumenta que se obliteran las

fuentes caribeñas, como Paul Lafargue y CLR James, en la elaboración de la teoría del rechazo al trabajo del *operaísmo* italiano.⁹ Las huellas del pasado esclavista persisten, además, en que la región entró a la competencia mundial con gran desventaja y en las dinámicas de colonialidad interna. Habría que añadir también que las marcas de siglos de esclavismo persisten en las mismas fantasías que perciben a las poblaciones de esta región como disponibles para servir (lo que incluye, paradigmáticamente, servir sexualmente). Asimismo, y de forma aparentemente paradójica, estas poblaciones, sobre todo ciertos segmentos racializados, son vistas como perezosas, en parte por negarse a servir, y por esa misma posición de desventaja en la competencia global capitalista, que así se justificaría bajo la retórica del mérito. En lugar de equiparar el trabajo postfordista con la esclavitud, como lo hace Negri en su teoría del anti-trabajo, Taylor propone pensar el paralelismo entre la situación del exesclavo negociando con sus empleadores -ciertamente precaria-, y la del trabajador postfordista.

La investigación de Taylor implica que hay una experiencia caribeña relativa a la historia de la esclavitud y de la transición al trabajo asalariado que es relevante para pensar la extensiva precarización globalizada de la mayor parte de las y los trabajadores postfordistas. Si bien se cuida de diferenciar la violencia esclavista de la violencia sobre el trabajador postfordista, argumenta que en la estructura del capitalismo que vive el segundo se repiten algunas características de la plantación.¹⁰ El valor y el tiempo de trabajo no era, pues, equivalente, como se argumenta que ha dejado de serlo en el presente postfordista. Durante la postabolición, sin el mecanismo de violencia esclavista, resultaba difícil persuadir a los exesclavos de que regresasen a la plantación, espacio en que el valor no está articulado, como en el capitalismo liberal, al tiempo de trabajo (45). Las resistencias a regresar a la plantación generaban acusaciones de pereza contra los exesclavos que intentaron remediarse con leyes contra la llamada vagancia, en diferentes partes del Caribe (Pluskota). Los ecos de estas acusaciones siguen resonando en la cultura contemporánea y en el caso particular de Puerto Rico, adquieren otro espesor vinculado con la extendida relación colonial con los Estados Unidos.

La plasticidad de la ética del trabajo, con sus acusaciones y criminalización de lo no productivo, se manifiesta complejamente en el espacio cultural puertorriqueño. Su frecuente tematización local presenta polaridades y ambivalencias atravesadas por la propia fragmentación de género, raza, clase y procedencia, variables que modelan las percepciones sobre quienes tienen o no derecho al ocio. Al comparar las canciones y el cuento de Ana Lydia Vega, se visibilizan las fallas de agencias decoloniales y feministas, que no se dan dentro de un marco interseccional. El ocio aparece como espacio aceptable solo en cuanto negocio, que se alimenta, empero, de esa creatividad en el límite de lo indómito, expresada ostensiblemente en la música de orígenes afrodescendientes, que la industria cultural blanquea y estandariza. Los desafíos al régimen de obediencia del productivismo, antes de la salsa y después del reguetón, son absorbidos no solo por la industria cultural musical, sino también por la del turismo, y por el propio nacionalismo puertorriqueño. No obstante, se atisban algunos residuos o puntos de fuga con potencial crítico, en los que se evidencia la no resolución de los conflictos; resolución que permitiría ostentar un pacto nacional y social sólido y cohesivo.

⁹ También se oblitera cómo la historia caribeña le sirve a Karl Marx, quien documenta en los *Grundrisse* que los exesclavos en la Jamaica postabolición eran acusados de vagos por resistirse al trabajo asalariado (Taylor 45).

¹⁰ Cito a Taylor: “[as] the Plantation School economist inform us, plantations were ‘total institutions’ that attempted to the enfold entirety of the productive and reproductive powers of enslaved humans into the valorization process of capital” (44).

“Calma”: Puerto Rico como destino turístico en la música

Las líneas generales sobre las mercancías culturales que trazó Adorno se ejemplifican en el vídeo musical “Calma” de Capó y Farruko, de 2018, con una claridad autorreferencial que por momentos puede parecer caricaturesca. El vídeo parecería comisionado por la propia agencia de turismo estatal, tanto para estimular el viaje a la isla, como el consumo turístico interno de sus habitantes. No es un caso aislado, ya es común que los vídeos musicales no solo publiciten su propia música sino también las ropas, o marcas que visten, la cerveza que toman y muchas otras mercancías.¹¹ Asimismo, este fenómeno tiene precedentes locales. Richard Rosa, por ejemplo, rastrea el uso de la cultura y literatura durante los años treinta para potenciar el turismo. La publicidad turística buscó capitalizar a la mulata, así como las artes performativas, en las mismas revistas donde se publicaban también los poemas de Palés Matos. El exotismo en estos casos funciona como una suerte de publicidad integrada al arte y la literatura, que los usos publicitarios y también yuxtapuestos a la publicidad, refuerzan, neutralizándose o debilitándose el potencial crítico. El vídeoclip de Capó y Farruko abre con un nada innovador “Welcome to the Paradise” (00:00:06) en inglés, para un público global, que reaparece en el cierre, en letras de colores neón (00:03:54), los cuales, de acuerdo con Adorno y Simpson “tienen alguna posibilidad de escapar a la monotonía general ... [y] muestran la omnipotencia de la producción industrial mecanizada” (176). Otro éxito musical que lo precedió, “Despacito”, lanzado en 2017, de Daddy Yankee y Luis Fonsi, y que rompió récords en la lista *Billboard*, fue propuesto por el gobierno de Puerto Rico como canción para justamente lanzar una internacional campaña turística de la isla. Cito las palabras del entonces gobernador: “‘Despacito’ nos presenta la coyuntura ideal para ofrecer un destino variado, seguro y emocionante a los turistas. Agradecemos a Luis Fonsi por poner su talento al servicio de Puerto Rico” (*Hosteltur*).¹² Tanto “Despacito” como “Calma” invitan, desde sus títulos, a desacelerar. En el caso de “Despacito” la música, sin embargo, aparece por momentos a una velocidad energizada, y es solo al final que se logra ir más despacio, lo cual nos hace pensar precisamente en los dos principales tipos de experiencia que se venden: el estimulante frenesí del derroche carnavalesco y la relajación, la improductiva lentitud.¹³ Se vende una supuesta experiencia de espontaneidad pero nada menos espontáneo, por supuesto, que lo que se ofrece a modo de paquete de entretenimiento cultural o turístico. En “Calma” la invitación parte ya materializada desde el comienzo de la música, en los ritmos más lentos del reggae jamaicano, si bien continúa la fiesta. Más aún, hay una intertextualidad y Farruko canta: “como dice Fonsi, vamo’ a darle despacito” (00:01:41-44). Estas reminiscencias entre “Despacito” y “Calma” muestran aparatosamente cómo un éxito se produce repitiendo en gran parte la fórmula anterior. En el vídeoclip vemos a una trabajadora presumiblemente “inmaterial”, frente al computador, a quien se le invita a cerrar “la pantalla” y abrir una

¹¹ Esto se conoce como *brand placement*, es decir, “la integración de una marca o un servicio en un contenido audiovisual (Pino y Olivares, 2006; Lehu, 2007)” (qtd. Sánchez Olmos et al. 66-67). Al respecto, estudiosos de los medios de comunicación señalan la dificultad de captar la atención de la audiencia a través de la publicidad tradicional debido a la saturación de mensajes y también la posibilidad de cambiar de contenido, con lo cual integrarla al contenido se ha convertido en una solución (68). En la canción “Calma”, hay varios ejemplos de esto, como la mención de la marca de la cerveza que se consume. Si bien me interesa ante todo la publicidad turística que se hace de la isla, vale la pena notar que esa misma compañía de cerveza, Medalla, al hacer sus publicidades también publicita las bellezas de la isla y, como ha mostrado Carlos Pabón, reproduce el nacionalismo cultural.

¹² La propuesta levantó críticas en las redes sociales argumentando que el audiovisual era sexista, por la disponibilidad y sexualización del cuerpo femenino.

¹³ Curiosamente, la participación de Daddy Yankee remite a un derroche gasolinero en el que Puerto Rico, lejos de ser ese lugar de lo primitivo natural, se mueve con el mundo por el petróleo o la energía fósil no renovable, recordándonos la obiedad -no obvia, sin embargo, para la perspectiva turística- de que el Caribe está inserto en la modernidad. Michel-Ralph Trouillot se refiere al Caribe como un espacio que vive lo “moderno de otra forma”, tempranamente, desde el siglo XVI (91). Por su parte, Ramos se refiere a los estimulantes, es decir, mercancías coloniales -como el azúcar y el tabaco-, que estimularon las redes de comercio trasatlántico, lo cual va de la mano con la consolidación del sistema producción capitalista y de la hegemonía europea.

“Medalla” – es decir, una cerveza puertorriqueña (00:00:16-43).¹⁴ La invitación consiste además en disfrutar de la puesta de sol y la playa, en síntesis, en escapar para “curar el alma” (00:00:37-40), lo que presupone una enfermedad o herida. La canción no tiene que mencionar un estrés y ansiedad acumuladas, la presupone, al plantearse como medida terapéutica contra los males de la modernidad, más específicamente, la postfordista. En el videoclip se puede observar que una joven mujer, en su oficina, toca su cuello tensionado, presuntamente afectado por un exceso de conexión computadorizada (00:00:16). En últimas, se trata del exceso de riesgo y la incertidumbre, el estrés que trae la excesiva responsabilidad individual, exacerbada por la razón y medidas neoliberales. La canción identifica claramente la necesidad de relajarse y se ofrece a sí misma como remedio al mal que sería ese estrés. La misma mujer joven aparecerá en la playa adoptando una posición corporal diferente a la que tenía en la oficina, bailando y liberando ese cuerpo antes tensionado. Como el alcohol y la relajante yerba, a la que corporalmente invita a fumar el gesto de Farruko -aunque no se observe ningún cigarrillo físico-, la canción misma es el estupefaciente que ofrece excitante placer (00:01:27).

Recordemos el paralelo que establecen Adorno y George Simpson entre droga y música comercial en “Sobre la música popular”, dado su carácter estimulante (174). La canción y las imágenes son agradables, eróticas, entretienen y calman, como un calmante, lo cual, evidentemente, resuena en el título de la canción de Capó y Farruko. No es casual que para hablar de la música comercial, Adorno y Simpson hagan también una comparación con las vacaciones. En su pensamiento, la música comercial vendría a reemplazar al tal vez menos accesible y menos ubicuo turismo: “La música popular es para las masas las vacaciones perpetuas del conductor de autobuses” (187). En “Calma” se suma, además, que la canción misma evoca vacaciones. El videoclip, empero, no solo está dirigido a un potencial viajero del norte que se identificaría con la global imagen de la joven caucásica frente al computador, quien puede estar en cualquier lugar relativamente metropolitano, sino que también está dirigido a las personas residentes de la isla, quienes pueden saltarse tener que comprar un boleto de avión, porque, como canta Farruko, “pa’ vacilar no hay que salir de Puerto Rico” (00:01:34-37). En este sentido, la música misma suplanta o provee la experiencia vacacional.. Wisin, otro cantante de reggaetón, tiene un tema titulado justamente “Vacaciones”, en cuyo estribillo se repite la frase “Yo no necesito vacaciones” (00:01:21). Aparenta ser contradictorio este estribillo en conjunto con el título de la canción, cuando el videoclip y la letra son pura juerga, es decir, no parece que estén trabajando –“¿pa’ qué seguir trabajando?” (00:01:09)-, aunque el trabajo de Wisin es entretener. Se puede interpretar que en ese lugar, que evoca a Puerto Rico, las “vacaciones” son la mera formalidad de salir de la isla, lo cual, sin embargo, no es necesario, porque se vive de fiesta, esa es la rutina en ese espacio de tiempo libre, ilimitado.

Puerto Rico se publicita, pues, como todo eso excitante que no se suele obtener en la rutinaria vida del trabajo. Si no se puede estar de vacaciones todas las tardes después del trabajo, es decir, trasladarse a un lugar que implique una desconexión mayor, la música puede estar más fácilmente disponible. Los que tienen mayor suerte, quienes sí pueden desplazarse hacia el espacio caribeño, no importa en qué época del año, visitarán un lugar donde siempre es verano, y asociado con el paraíso (recordemos que en el paraíso bíblico no se trabaja). Quienes se desplazan hacia Puerto Rico se proyectan como merecedores de estas vacaciones, dignificados por el esfuerzo puesto en el trabajo. En cambio, no suele suceder lo mismo con quienes viven ahí; muchos se ven

¹⁴ Utilizo el calificativo de inmaterial con distancia, solo en cuanto a adjetivación frecuente en las discusiones sobre el trabajo postfordista; no obstante, concuerdo con Raúl Rodríguez Freire en que el mismo oblitera la materialidad de los artefactos utilizados, así como de las mismas palabras.

obligados a migrar a los Estados Unidos en busca de trabajo, dejando los espacios para ser ocupados por la inversión estadounidense en el sector turístico, la que se alimenta a su vez del aura de calma y derroche, de quienes se tienen que ausentar cada vez más.

Y no hago más na' y el rechazo al trabajo

El clásico libro de Albert Memmi, *Retrato del colonizado* (1957), analiza la forma que toma la relación entre la clase capitalista y el proletariado en contextos de colonialismo y sostiene que el colonizador crea un retrato mítico eficaz, pese a que le adjudica a las personas colonizadas una serie de características que son incongruentes en su conjunto. Entre estas, es destacable la pereza (Memmi 140-141). No importa si es real o inventada, se adjudica una determinada característica a toda una población y aunque no resista cuestionamiento serio, el retrato ha probado ser muy útil para legitimar al colonizador (139). El colonizador se muestra a sí mismo como muy trabajador, a la vez que justifica salarios bajos con el pretexto de que los trabajadores de las colonias no son lo suficientemente esforzados. Son numerosas las documentadas acusaciones de pereza a los puertorriqueños por parte de los estadounidenses (Grosfoguel 9-10). El retrato mítico puede, de acuerdo con Memmi, tener influencia en el retrato real y convencer a la persona colonizada de la veracidad del mismo (148). Lo que denomina como la internalización de los estereotipos, una suerte de auto-orientalismo, ofrece una pista sobre las acusaciones de pereza que se dan a nivel local, es decir de colonizado a colonizado.¹⁵ No obstante, lo que para Memmi sería una internalización negativa, en este caso autoperibirse como vago, tal vez podría interpretarse como un modo de resistencia política.

Kathi Weeks reflexiona sobre las posibilidades del rechazo al trabajo, centrándose en el caso estadounidense como epicentro de la ética del trabajo que se exporta a otras latitudes, y planteando, no obstante, que esta se hibridiza y se transforma incluso en su propio territorio. Las antinomias de la ética del trabajo, entre otras su carácter racional e irracional, la dependencia e independencia, el productivismo y el consumismo que promueve, son clave para su propuesta sobre la misma como un arma de doble filo; es lo que le ha permitido sobrevivir por tanto tiempo a esta ética, pero también lo que permite desmitificarla (Weeks 60). El Caribe, en efecto, como lugar de tiempo libre productivo para el negocio, así como espacio de improductividad, podría tal vez analizarse bajo la figura de la antinomia. Weeks se enfoca en cómo diferentes grupos sociales excluidos originalmente de la ética del trabajo por su raza, género o nacionalidad, la invocan para demandar inclusión; más aún, para señalar pereza en quienes históricamente fueron los sujetos elevados por dicha ética que celebra la laboriosidad y el mito de la meritocracia (97-109). En el contexto de la segunda ola feminista, Weeks analiza la demanda por trabajo asalariado, por un lado, y la reivindicación del trabajo doméstico, por el otro, como estrategias, según ella, apoyadas en reinterpretaciones y reapropiaciones de la ética del trabajo, que argumenta que redundaron en mayor carga laboral para las mujeres (167-241). Más allá de reconocer los relativos éxitos de los usos de la ética del trabajo por grupos históricamente excluidos de su dignificación, Weeks sostiene la necesidad política de desmantelarla y de tomar en serio antecedentes históricos marginales que abogaban por menos trabajo.

¹⁵ Por otra parte, también pueden articularse pistas en el fenómeno del colonialismo interno. Para un análisis que traslada, media y modifica las discusiones sobre la colonialidad del poder, al contexto caribeño, ver Yolanda Martínez-San Miguel.

Mi segundo ejemplo, la canción “Y no hago más na” (1983), del Gran Combo de Puerto Rico, presenta un juicio ambivalente, tanto celebratorio, como acusatorio, hacia no trabajar. En la canción, la posibilidad de no trabajar y de no hacer nada, vale la pena adelantar, no es neutral al género. Es particularmente significativo el rechazo al trabajo en la canción porque en la cultura y literatura puertorriqueñas abundan ejemplos que compensan ante el estereotipo de la vagancia, híper-representando el trabajo duro y esforzado de las personas puertorriqueñas. Por mencionar uno de estos, tal es el caso de la canción “Boricua en la luna” (1984), interpretada por Roy Brown y compuesta por el poeta Antonio Corretjer, donde el trabajador “de tanto trabajar [...] reventó en un taller” en Nueva York (00:01:29-36). Se trata de una canción de novatropa, es decir, no para bailar sino para sufrir e intentar cambiar el estado de cosas impulsado por ese sufrimiento, y mediante los sacrificios y la disciplina que exige la lucha, en la jerga de la izquierda tradicional.

En “Y no hago más na” se representan, por parte de un coro de puertorriqueños, acusaciones de vagancia hacia un hombre puertorriqueño que rechaza trabajar. En la medida en que no trabaja, más que una vida de tiempo libre, se puede afirmar que lleva una vida de ocio en la isla. La canción relata la rutina en un día cualquiera: “Yo me levanto por la mañana,/ Me doy un baño y me perfumo/ Me como un buen desayuno” (00:00:47-57). El retrato, es, en realidad, un autorretrato. Si no se conociera el estribillo, hasta aquí podría parecer que estamos ante una persona que se alista para el trabajo, pero no es así, y de ahí el efecto cómico de la canción: al acicalamiento le sigue la pausa: “Y no hago más na” (00:00:57). El protagonista comparte sus actividades de consumo cultural que incluyen la lectura de las esquelas del periódico, la parte que nadie leería, y el ver telenovelas, las cuales tienen una mala fama de ociosidad (00:00:57-1:05). Se comunica así gran disponibilidad de tiempo. A este día en la vida del hombre, le sigue el almuerzo, consumirlo, por supuesto, no prepararlo, y luego una siesta en la hamaca (00:01:14-1:26). En el videoclip, la hamaca aparece con la playa de fondo, con lo cual, si bien no se trata de una propaganda turística, del modo ofrecido por el audiovisual anterior, se nos presenta a un hombre que vive su cotidianidad en la isla en eternas vacaciones. Al igual que Wisin, no necesita, pues, desplazarse para vacacionar.

En un momento metarreflexivo de la canción, el afortunado héroe toca la guitarra e indica que canta. El consiguiente “A la, la, a la la”, se encuentra liberado del significado verbal, lográndose una expresión de significado puramente emotivo, de gozo (00:01:56-58). La misma remite a un tono infantil no verbalmente articulado, que remonta al hombre a un periodo de la vida en el que el sujeto no tiene, idealmente, que ocuparse de producir y cubrir sus necesidades; alguien lo hace por él. Un segundo personaje aparece en la canción y resuelve la duda sobre quién posibilita la reproducción de la vida de este señor: “me prepara mi mujer un bistec con papas fritas” (00:02:06-2:13). La compañera de este hombre lo alimenta y le sirve, como si fuera su mamá, esposa y sirvienta en uno. Además, lo entretiene, “cual si fuera un gran señor”, es decir, un miembro de la nobleza cuya vida se caracteriza precisamente por ser servido y no trabajar (00:02:14). En el video musical, la mujer aparece mucho antes de que se la mencione en la letra, con lo cual se puede apreciar tempranamente el contraste entre el hombre que no hace nada, o solo hace actividades de esparcimiento, y la mujer que está atendándolo; el rostro de satisfacción en el hombre es evidente. El rostro de la mujer también aparece alegre en su rol de sirvienta doméstica.

El tiempo pasa “mece que te mece” (00:03:28) en un consumo excesivo y gozoso de música y alimentos, fondo playero y mujer contenta. Se acumulan los detalles de disfrute relatados, que rozan en lo hiperbólico sin dejar de ser posibles, y se cierra el día de este señor sugiriéndose que el siguiente será igual de ocioso. Para

entonces, la escucha de la canción, convertida en *vouyeur* de su vida, tiene suficiente información como para envidiarlo o para juzgarlo, pero difícilmente para mantener una neutralidad. En efecto, hay una incorporación de un comentario público representado en el coro, el cual juzga: “Qué bueno es vivir así, comiendo sin trabajar” (00:02:50-02:54). La apreciación del coro connota un tono irónico, ante esa vida utópica de eternas vacaciones, a lo que replica el solista: “¡Oigan, yo nunca he doblado el lomo/ Y no pierdan el tiempo, no voy a cambiar, ¡qué va!” (00:02:55-3:03). El solista alude al disciplinamiento laboral al que se lo quiere someter y prosigue a enumerar los recursos que le permiten no tener que dejarse persuadir a trabajar. Entre estos están “los cupones, el *welfare* y el seguro social” (00:03:30-32). Explica su fraude al sistema: “recibiendo la pensión por loco, de loco yo no tengo na, listo que soy” (00:04:16-4:22). El otro recurso que le permite esta vida es el ya comentado trabajo femenino: “¡mi mujer que me mantenga! (00:03:08-3:09). Queda aún más claro el rol de la mujer que le trabaja gratuitamente.

¿Podría afirmarse que el retrato mítico colonial del puertorriqueño vago incide en el retrato o autorretrato, que pinta un sector de los propios puertorriqueños, de otro puertorriqueño o de sí mismo? En la canción, el colonizado es listo y no tonto, atributo contrario con el cual también el colonizador sule, según Memmi, representar al colonizado (143). Al estar engañando al sistema, por listo, se visibiliza la incongruencia del mismo retrato: una característica positiva, ser listo, pareada a una negativa, ser tonto o, en este caso, vago (Memmi 143). El listo le juega tretas al sistema y resiste al trabajo, lo cual representa la opinión de un importante sector de la población. Sin embargo, no se trata de cualquier trabajo, sino de uno “doblando el lomo”. Parafraseando a Héctor Meléndez Lugo, se trataría de un trabajo por un sueldo mal pagado y sin beneficios (21-37). “Y no hago más na”, en su ambivalencia, podría interpretarse como una celebración por deslizarse de las históricas condiciones de explotación que sufren las poblaciones caribeñas, como sociedad primero esclavista, y después jornalera y mal pagada. Así como se explotó la fuerza de trabajo, el potencial trabajador aprende modos de eludir la explotación capitalista colonial y también explotar al sistema con las herramientas y tretas con las que cuenta. Después de todo, de acuerdo con investigadores como Linda I. Colón Reyes, las ayudas federales o estadounidenses no representan un número mayor que la plusvalía obtenida del consumo y trabajo de la isla. La canción representa un desafío a la ética del trabajo. Sin embargo, no se vive sólo de la burla al sistema, y el hombre explota otra desigualdad, por lo cual se revela una solución falsa a la injusticia colonial, pues se basa en gran parte en la explotación de la que llama su mujer. El rechazo al trabajo colonial que no implique una participación y consideración de las mujeres es deslizarse de una explotación para incurrir o seguir incurriendo en otra, cual gran señor, de otro subalterno. En este sentido, el rostro feliz de la mujer lanzándole besitos al héroe de la canción (00:02:34), aparece como “amor”, en los términos de Silvia Federici y Leopoldina Fortunati, como la romantización del trabajo doméstico, y la conformidad con el rol que le corresponde a lo que es “su naturaleza”.

Calabó y bambú: generización y racialización de tiempo libre

En contraste con el rostro de felicidad de la mujer del videoclip de “Y no haga más na”, e incluso en contraste con esa trabajadora inmaterial que sanaba en la playa, gracias a la música calmante de Pedro Capó y Farruko, resulta disruptivo escuchar a la cantante de reguetón Maidel Amador Canales, mejor conocida como la Sista, particularmente su canción “Calabó y bambú”, estrenada en el 2008. En el caso de la Sista, no solo quiero

detenerme en el comentario textual de la letra y su reescritura de los poemas negristas de Luis Palés Matos, en los que se afianzó un imaginario exótico sobre las mujeres negras y mulatas que muy bien ha aprovechado la industria turística. Además, consideraré brevemente su presencia en un ambiente laboral donde muy pocas mujeres han logrado posicionarse, siendo Ivy Queen una de las excepciones a la regla. Algo similar ocurrió con la salsa, donde también fueron muy pocas las mujeres que lograron la fama. Con la Sista del disco “Majestad negroide” la mujer puertorriqueña afrodescendiente habla por sí misma. Sin embargo, sus formas y contenidos, ese hablar por sí misma, no redundó en triunfo comercial.

Son pocos los materiales sobre la Sista, pero algunas entrevistas radiales entre 2017-2018 ofrecen posibles coordenadas sobre las dificultades que ha enfrentado su carrera. Esas entrevistas se producen en el contexto de un relanzamiento casi una década después del estreno de su disco “Majestad negroide”, que sonó relativamente poco, y luego de haber estado la mayor parte del tiempo fuera de los escenarios. En varias ocasiones se tematiza que hubo un cambio de imagen, que bajó de peso (“La Zista habla de su regreso”, 00:01:21-1:25). En efecto, la Sista sustituyó la batola blanca con algunas reminiscencias jamaíquinas y turbante en la cabeza que aparece en la portada de su disco “Majestad negroide”. En las imágenes de 2018, viste, en cambio, ropa ceñida de cuero, y su cabello afro luce aclarado con destellos rubios y algo alisado, a lo Beyoncé (“La Zista habla de su regreso”). Se menciona en repetidas ocasiones el talento que dejó notar en sus temas de 2008, pero se insiste en la necesidad de actualizarse. Las intervenciones de la Sista son elocuentes, ya que se debate en sus palabras sobre su convencimiento respecto a este cambio. Se deduce que los esfuerzos están dirigidos a hacer a la Sista más comercial, pues en 2008 no tuvo el nivel de éxito deseado. Al mencionar a Celia Cruz como figura a la que admira, la Sista afirma que ésta no vendía su cuerpo ni su sexualidad, y que a ella también le interesa poner más el acento en su música, pues esto implicaría que aun cuando envejeciera, podría seguir siendo relevante (“La Zista habla de su regreso,” 00:04:56-5:46). Aun así, la renovada Sista que cambia su nombre originalmente escrito con S por una Z (“Zion y Lennox presentan a La Zista,” 00:03:12), más ajustada a la estética *mainstream*, accedió sin duda, y comprensiblemente, a negociar. Después de todo, si seguimos a Preciado, la industria en torno a la sexualidad y el sexo -junto a la farmacológica- sería el modelo hegemónico de las demás. Sin embargo, la Sista no alcanza, al parecer, el éxito al que se apostaba.

Salir a fiestar o, en la jerga del reguetón, “a perrear”, sigue siendo principalmente territorio de hombres. En las fantasías cantadas por muchos hombres se verbaliza a menudo un deseo voraz femenino. Se ha debatido sobre si es la representación de un empoderamiento y agenciamiento de la sexualidad femenina o la representación de una fantasía masculina sobre la sexualidad femenina. Algunas voces que denunciaron el reguetón como sexista no parecían, sintomáticamente, denunciar al bolero, incluso ya ni a la salsa, géneros blanqueados con el tiempo. Esto implicaría un clasismo operando contra el reguetón que por otra parte ya es más ampliamente aceptado que a finales del siglo XX. No pretendo resolver el dilema sobre dónde está el empoderamiento femenino y dónde está la fantasía masculina, pues, para empezar, habría que verlo caso por caso. Independientemente del mismo, el hecho de que las figuras más destacadas y que más lucran sean hombres dice bastante sobre la generización de las jerarquías de poder en el ambiente del reguetón.

En ese marco resuena el “Calabó y bambú” de la Sista como un rechazo al trabajo doméstico, para salir a perrear, que es salir a disfrutar del tiempo libre, en parte, pero que en cuanto a trabajadora cultural, en cuanto a cantante que quiere tener éxito en la industria del entretenimiento, es salir a trabajar en otra cosa, en un terreno que debe conquistarse. En “Danza negra”, poema de Palés Matos donde aparece originalmente el calabó

y bambú que reescribe la Sista, se puede leer “danza que danza, la negra se da”, es decir, ofreciendo su cuerpo, así no más (7). “Majestad negra”, otro poema de *Tuntún de pasa y grifería* (1937), resuena en el título del álbum, “Majestad negroide”, de la Sista. En el poema “Majestad negra” en particular se le canta a una mujer que acaba de trabajar como esclava y de sangrar todo el día: “exprime ritmos, suda que sangra/ y la molienda culmina en danza” (Palés Matos 21). Sin embargo, como explica Luis Othoniel Rosa, es muy fácil olvidarlo, porque la negra, objeto de todas las miradas, aparece sexualizada y estetizada, se celebra su cuerpo, pero se clausura cualquier posible lectura realista que tenga que ver con su humanidad de esclava.¹⁶

En contraste, la Sista canta:

La época de las esclavas ya se acabó / Recoge tus motetes, no quiero más grilletes/ Anda, pisa, corre y vete/Algarete/ [...] No te hago más comida/ Ve a casa de tu tía/ No te tengo más la ropa al día/ Avanza y lárgate/ Déjame la puerta vacía [...] Yo no nací pa ser sirvienta/ maleta and go,/ dale que la puerta está abierta/ y yo me voy después de ti/ pero a perrear,/ hasta que el sol aparezca. (“La Sista Calabo & Bamboo,” 00:00:23-1:26)

Muchas mujeres saben que “la época las esclavas ya se acabó”. Sin embargo, las mujeres postfordistas - a las que no equipararé a esclavas, por no cometer el mismo error que señala Taylor, sobre cómo muchos filósofos y estudiosos del capitalismo cognitivo o inmaterial equiparan esa condición con la de la esclavitud- siguen en un periodo de lo que durante la postesclavitud se denominó “apprenticeship” en el Caribe anglo, es decir, aprendizaje, en que se-trabaja gratuitamente (Emery 174-177). Mientras Hubertine Auclert a finales del siglo XIX demandaba que las mujeres (francesas, blancas) no debían ser tratadas como los esclavos, y se quejaba de que los descendientes de estos hubiesen ya logrado derechos que las mujeres no, la Sista, implícitamente, propone que el tiempo de esclavitud de las mujeres, racializadas, también termine (Vergés 56-58). La canción de la Sista se monta en el intertexto literario de Palés Matos para oponer una ruptura, un llamado de atención sobre la continuidad de una servidumbre doméstica, que también habría que abolir. Mientras para la Sista salir a perrear es buscar trabajo con paga, para muchas mujeres implica rechazar quedarse a cuidar la casa, salir a gozar, a ampliar el tiempo libre -dominado, sí, por las industrias del entretenimiento- y quizás de ocio, en su sentido creativo y transformador. Tanto en la literatura puertorriqueña como en la música, además, los cuerpos de las mujeres negras se han representado mayoritariamente para el placer de los hombres, o en su defecto, “desde el espacio de lo doméstico o lo folklórico [...] es casi imposible salir de la cocina” (Santos Febres 249). El acceso al entretenimiento, al tiempo libre, para perrear, se distribuye de modo generizado, atravesado por tensiones interseccionalmente marcadas. La Sista inquieta con su potente risa porque reclama ese espacio para un gasto festivo en su propio placer.

“Pollito Chicken”: feminismo colonizado

El rechazo al trabajo doméstico cuenta con un antecedente literario en los personajes de Ana Lydia Vega, cuyos relatos, como ha señalado Mary Green, tematizan el machismo del nacionalismo puertorriqueño, a la vez

¹⁶ Cito a Rosa: “Nunca entendí por qué en la escuela en Puerto Rico se declamaba “Majestad negra” con el celebratorio bailoteo, cuando el poema lo que cuenta es cómo después de un día de explotación brutal los negros esclavos se reúnen a beber y bailar, y para colmo, la negra Temban dumba, que lleva todo el día trabajando como una bestia (“suda que sangra”) tiene que aguantar el acoso sexual de sus compañeros de trabajo, doble explotada ... Ella lo que quiere es bailar ...” (Facebook, 14 de abril de 2015).

que ideológicamente presentan la independencia de Puerto Rico como horizonte deseado. En efecto, los cuentos publicados en *Virgenes y mártires* en 1981 -antología que también incluye cuentos de Carmen Lugo Filippi-, retratan una época donde muchas mujeres salen a trabajar, pero se percatan de que también se les exige seguir atendiendo la casa. Es decir, dan cuenta de lo que Federici denomina doble socialización de las mujeres. En “Pollito Chicken”, la música como intertexto, como dispositivo cultural con el que se conversa, pareciera menos central que en otros cuentos de la antología, como “Letra para salsa y tres sonetos por encargo” o “Cuatro selecciones por una peseta” (escrito junto a Lugo Filippi). Sin embargo, se menciona en el mismo que la “Music from the Tropics” ambienta la piscina del hotel (77) y que los hombres responden, ante la narración poco discreta del bartender del hotel sobre su encuentro sexual con una turista, Suzie Bermiúdez, “cual coro de salsa” (79). Se encuentran, pues, dos usos diferentes de la música que ya se observaron en las canciones comentadas anteriormente, uno turístico y otro de sociabilidad masculina. Aparece, además, un tercer uso de la música condensado en el título del cuento, el cual proviene de una canción que se cantaba en la escuela elemental en Puerto Rico, supuestamente para aprender inglés. Esta canción -como recordará quien se haya educado en la escuela primaria puertorriqueña durante la misma época de publicación de la antología y también después-, “Pollito Chicken”, es una expresión de la repetición acrítica, descontextualizada, adormecedora y sin sentido.¹⁷ En este cuento en específico, la identidad híbrida se equipara al disparate de la canción. El hibridismo cultural, al menos el que incluye lo estadounidense como variante, se presenta ideológicamente como algo negativo, como en el epígrafe de Albert Memmi que encabeza el cuento: “Un homme à cheval sur deux cultures est rarement bien assis” (Vega 75). El cuento, en efecto, no ha estado libre de polémica. Nicholasa de Mohr critica lo que entiende como una caricaturización de las personas Nuyoricans a través de Suzie, la protagonista, y de su lenguaje que estaría imitando el Spanglish (Hernández 57). Vega respondió que Suzie no es una Nuyorican, pues nació en Puerto Rico y luego se muda a Estados Unidos, y que más bien representa a un personaje ansioso por asimilarse (Hernández 57). El debate, en todo caso, invita a preguntar si siempre es tan fácil determinar quién es Nuyorican o no, al tener en cuenta los cada vez más dinámicos flujos de poblaciones entre la isla y los Estados Unidos. Pero más que leer el hibridismo a partir de Memmi, me interesa continuar con la lectura del estereotipo de la pereza que como se observó antes, este permite.

La conducta asimilada de Suzie se evidencia en un viaje que realiza a Puerto Rico, a modo de turista. A diferencia del héroe de la canción “Yo no hago más na”, Suzie no vive en la isla de las eternas vacaciones, trabaja en los Estados Unidos. Un anuncio publicitario la convence:

lo que la decidió fue el breathtaking poster de Fomento que vio en la travel agency [...] representaba una pareja de beautiful people holding hands en el finicular del Hotel Conquistador [...] se veían tan deliriously happy y el mar tan strikingly blue [...] que Suzie Bermiúdez, a pesar de que no pasa por el Barrio a pie ni bajo amenaza de ejecución de la Mafia, a pesar de que prefería mil veces perder un fabulous job antes que poner Puerto Rican en las applications de trabajo y morir de hambre por no coger el Welfare o los food stamps como todos esos lazy, dirty, no-goods bums que eran sus compatriotas [...] sacó sus ahorros de secretaria del Housing Project de negros -que no eran mejores que los New York Puerto Ricans, pero por lo menos no eran New York Puerto Ricans, y abordó un 747 en raudo y uninterrupted flight hasta San Juan. (75-76)

¹⁷ “Pollito chicken, gallina hen, lápiz pencil y pluma pen”.

Este anuncio turístico que Suzie ve, así como la canción “Calma”, ejemplifica la fantasía del Caribe como lugar de tiempo libre. Si bien Suzie no tiene interés en acercarse a lo puertorriqueño, el que la publicidad esté dirigida a un público de “beautiful people”, gente glamorosa, diría John Berger, presumiblemente blanco estadounidense, la interpela. Suzie recibe la publicidad porque aspira a asimilarse, lo que incluye también, entonces, viajar de un determinado modo a la isla. Ante las ayudas sociales, el personaje replica con prejuicios racistas y clasistas. Suzie, en términos de Zygmunt Bauman, se ha convertido en turista a duras penas, y, por ende, peligra con convertirse en vagabunda; de ahí la fobia a las ayudas para alimentos, los cupones o *food stamps*, y su acusación a los hombres de la isla como vagos.

Aunque Suzie encuentra alguna autenticidad indeseada en la isla, por ejemplo, hace calor y no funciona el funicular, disfruta de sus vacaciones por permitirle escapar de la rutina y hacer lo que no se habría permitido en los Estados Unidos: tiene una aventura sexual con un puertorriqueño, afro, del servicio, el bartender. Esto que a primera vista la estaría acercando a lo local, en realidad, es ambivalente, porque es parte de lo que se vende en las propagandas: el Caribe sexualizado como el lugar para suspender las normas morales de la vida cotidiana y dar rienda suelta a las fantasías en su sentido más primario, del id freudiano. Con Berger aprendimos a finales de los setenta que la publicidad sexualiza, independientemente de los atributos prácticos de lo que se venda; pero tal sexualización, en el caso del Caribe como espacio de entretenimiento, es a menudo redundante, es la función práctica del producto mismo.

No es casual que Suzie lea justamente una novela erótica sobre un haitiano violador, en la que el vudú aparece totalmente descontextualizado (Vega 78), es decir, que está dirigida justamente a un público al que no le interesa la historia de Haití, sino confirmar prejuicios y fantasías, lo cual, como afirma Sybille Fischer, es una práctica común para con la cultura de este país. Así, no sorprende que en el racismo de Suzie se despliegue, además de fobia, atracción. Durante las vacaciones, Suzie descubre algo sobre sí misma: el relato sobre su orgasmo gritando “Puelto Rico libre” es ya antológico (Vega 79). Diana Vélez lo ha interpretado en clave psicoanalítica como un retorno de lo reprimido, en este caso, de la puertorriqueñidad y el deseo de independencia (73-74). Por mi parte, lo vinculo también al placer por una canción cuya letra ideológicamente no necesariamente se comparte, pero se saborea, por parafrasear a Juan Carlos Quintero Herencia. Ese momento no cambia nada, porque regresa a su trabajo a proyectar casarse con alguien como su jefe blanco, como siempre.

El recuerdo del desprecio racista de su propia abuela materna fisura la asimilación de Suzie. La abuela materna no aceptó al papá de Suzie por negro. Suzie culpa a la abuela de que el padre no se haya querido casar con su madre (76). Suzie, además de culpar el racismo de la abuela, también podría culpar a su padre por su propia irresponsabilidad, pues el cuento sugiere que es un padre ausente y es a la mamá a quien le toca el doble trabajo doméstico de crianza y trabajo asalariado. Si bien su insistencia en la pereza de los hombres puertorriqueños es un modo, aunque indirecto, de responsabilizar a su papá, el peso parece caer más sobre el racismo de la abuela. Suzie aprecia la mudanza a Estados Unidos con su madre no solo como una forma de asimilarse y de ascenso, como ya se ha observado, sino también en términos feministas:

Pensó con cierto amusement en lo que hubiese sido de ella si a Mother no se le ocurre la brilliant idea de emigrar. Se hubiera casado con algún drunken bastard de billar, de esos que nacen con la caneca incrustada en la mano y encierran a la fat ugly housewife en la casa con diez screaming kids entre los cellulitic muslos mientras ellos hacen pretty-body y le aplandan la calle a cualquier shameless bitch. No

thanks. Cuando Suzie Bermiúdez se casara porque maybe se casaría para pagar menos income tax, serían con un straight All American, Republican, church-going, Wall-Street businessman, como su jefe Mister Bumber porque ésos sí que son good husbands y tratan a sus mujeres como real ladies criadas con el manual de Amy Vanderbilt y todo. (76-77)

Se comprenderá que Suzie se resista a ser la mujer retratada en la canción del Gran Combo, a la cual no se la observa criando a diez niños, pero sí criando a un adulto, y que no quiera tampoco ser una de esas mujeres a las que la Sista llama “bobas” (“La Sista-Calabo & Bamboo”, 00:00:35). A diferencia de la mujer del audiovisual “Y no hago más na” a la que se representa feliz, el retrato que plantea Suzie desmitifica esa felicidad, como también lo hace la Sista. Sin embargo, su feminismo, entendido laxamente como ser una mujer independiente económicamente y en su sexualidad, topa con un punto ciego. El problema es que Suzie, en el rechazo de esa vida doméstica, idealiza a los Estados Unidos y no vislumbra que también podría pasar a llevar una vida servil con ese marido republicano “church-going” que proyecta. No logra tampoco hacerse consciente de que replica, en cierto modo, el racismo de su abuela.

En la terminología de Memmi, Suzie representaría al colonizado que termina aceptando el retrato mítico que le impone el colonizador: es decir, los puertorriqueños son todos vagos. Sin embargo, al aceptar ese retrato para el colectivo, intenta a la vez sustraerse del mismo y parecerse al colonizador. La independencia que adquiere Suzie es económica, modesta, porque se plantea que su ascenso social está lejos del tope posible para las no racializadas y con importantes limitaciones, pues no se libera de su racismo, y, por tanto, no es decolonial. En “Y no hago más na”, en cambio, se puede hacer una lectura celebratoria de las tretas del sujeto colonizado, que finalmente le gana en algo al sistema que históricamente lo ha oprimido, aunque hay buenos argumentos sobre lo ilusorio y limitado de la ganancia (Colón Reyes). Sin embargo, esa interpretación se socava cuando queda evidenciado que, más que ganarle al colonizador, está poniendo en práctica su privilegio de género. Está siendo, pues, el señor colonizador que subalterna a “su mujer”, aquella que le facilita una vida en calma y en vacaciones a costa del sobre-trabajo. Ese es el rol que Suzie y, más decididamente, la Sista, en su rechazo al trabajo doméstico, se resisten a ejercer.

Bibliografía

Adorno, Theodor. “Tiempo libre”. *Consignas*. Buenos Aires: Amorrortu Editores, 1993. 54-63

Adorno, Theodor y George Simpson. “Sobre la música popular”. *Guaraguo* 6/15 (2002): 163-201.

Bauman, Zygmunt. “Turistas y vagabundos”. *La globalización: consecuencias humanas*. México: FCE.1999. 103-133.

Berger, John. *Modos de ver*. Barcelona: Gustavo Gili, 2016.

“Boricua en la luna”. *YouTube*, uploaded by Yaro Bey, 12 Oct. 2017, <https://www.youtube.com/watch?v=Vp9Wj9Fmdmc>

“Calma (Remix-Official Video).” *YouTube*, uploaded by Pedro Capó, 5 oct. 2018, https://www.youtube.com/watch?v=1_zgKRBrTOY

Cocks, Catherine. *Tropical Whites. The Rise of the Tourist South in the Americas*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 2013.

- Colón Reyes, Linda I. *Sobrevivencia, pobreza y "mantengo"*. San Juna: Callejón, 2018.
- Derrida, Jacques. *La farmacia de Platón*. Madrid: Fundamentos, 1975.
- Emery, Mary Lou. "The Poetics of Labor in Jean Rhys's Global Modernism". *Philological Quarterly* 90/2-3 (2011): 167-197.
- Febres Santos, Mayra. "Mayra Santos Febres: el lenguaje de los cuerpos caribeños". *Lección errante: Mayra Santos Febres y el Caribe contemporáneo*. Nadia V. Celis y Juan Pablo Rivera, eds. San Juan: Isla Negra, 2011. 247-265.
- Federici, Silvia. *El patriarcado del salario*. Buenos Aires: Tinta Limón, 2018.
- Fischer, Sibylle. "Haiti: Fantasies of Bare Life". *Small Axe* 11/ 2 (2007): 1-15.
- Fortunati, Leopoldina. *El arcado de la reproducción*. Madrid: Traficantes de Sueños, 2019.
- Green, Mary. "The Representation of Puerto Rican Women in Two Short Stories by Ana Lydia Vega: "Letra para salsa y tres soneos por encargo" (1979) and "Pollito Chicken" (1977)". *Journal of Iberian and Latin American Studies* 8/2 (2002): 127-141.
- Grosfoguel, Ramón. *Colonial subjects: Puerto Ricans in a global perspective*. Berkeley: Univ of California Press, 2003.
- Han, Byung-Chul. *Psicopolítica. Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder*. Barcelona: Herder Editorial S.L, 2016.
- Hernández, Carmen Dolores y Ana Lydia Vega. "A Sense of Space, A Sense of Speech: A Conversation with Ana Lydia Vega". *Hopscotch: A Cultural Review* 2/2 (2001): 52-59.
- "La Sista-Calabo & Bamboo". *YouTube*, uploaded by Reggaeton Vieja Escuela, 17 Nov. 2018, <https://www.youtube.com/watch?v=1Jhxz9zgBSE>
- "La Zista habla de su regreso, nos revela sus nuevas colaboraciones y mucho más...". *Youtube*, uploaded by Los duros del género, 9 Feb. 2018. <https://www.youtube.com/watch?v=CFwX1g-8SVA>
- Laval, Christian y Pierre Dardot. *La nueva razón del mundo: ensayo sobre la sociedad neoliberal*. Barcelona: Editorial Gedisa, 2013.
- "Luis Fonsi y Despacito, embajadores del turismo en Puerto Rico". *Hosteltur*, 16 ago. 2017. https://www.hosteltur.com/lat/174000_luis-fonsi-despacito-embajadores-turismo-puerto-rico.html 11 oct 2022
- Martínez-San Miguel, Yolanda. *Coloniality of Diasporas: Rethinking Intra-colonial Migrations in a Pan-Caribbean context*. New York: Springer, 2014.
- Meléndez Lugo, Héctor. "Prólogo. El mendigo que se creía rico". En *Sobrevivencia, pobreza y "mantengo"*. Linda I. Colón Reyes. San Juan: Callejón, 2018. 21-37.
- Memmi, Albert. *Retrato del colonizado*. Madrid: Cuadernos para el diálogo, 1971.
- Mohr, Nicholasa de. "Puerto Rican Writers in the United States, Puerto Rican Writers in Puerto Rico: A Separation Beyond Language". *The Americas Review* 15/2 (1987): 87-92.
- Pabón, Carlos. *Nación postmortem: ensayos sobre los tiempos de insoportable ambigüedad*. San Juan: Callejón, 2002.

- Palés Matos, Luis. *Tuntún de pasa y grifería*. San Juan: Editorial de la Universidad de Puerto Rico, 2000.
- Pluskota, Marion. "Freedom of Movement, Access to the Urban Centres, and Abolition of Slavery in the French Caribbean". *International Review of Social History* 65 (2020): 93-115.
- Preciado, Paul (Beatriz). *Testo yonqui*. Madrid: Espasa Calpe, 2008.
- Quintero-Herencia, Juan Carlos. *La máquina de la salsa: tránsitos del sabor*. San Juan: Ediciones Vértigo, 2004.
- Ramos, Julio. "Descarga acústica". *Papel máquina* 4 (2010): 49-77.
- Rodríguez Freire, Raúl. *La condición intelectual*. Santiago: Mímesis, 2018.
- Rosa, Richard. "Business as pleasure: Culture, tourism, and nation in Puerto Rico in the 1930s". *Nepantla: Views from South* 2/3 (2001): 449-488.
- Sánchez Olmos, Cande; Jesús Segarra Saavedra, y Tatiana Hidalgo Marí. "'Brand Placement' en los videoclips del Billboard Hot 100: ¿integración o imposición de marcas?". *Blanquerna School of Communication and International Relations* 44 (2019): 63-81.
- Taylor, Christopher. "The refusal of work: From the postemancipation Caribbean to post-Fordist empire". *Small Axe: A Caribbean Journal of Criticism* 18.2/ 44 (2014): 1-17.
- Trouillot, Michel-Rolph. "Ficciones del Atlántico Norte". *Transformaciones globales: la antropología y el mundo moderno*. Popayán: Universidad del Cauca, 2011. 79-103.
- "Vacaciones". *Youtube*, uploaded by Wisin, 14 Nov. 2016, <https://www.youtube.com/watch?v=ULoXIXJOZOo>
- Vega, Ana Lydia. "Pollito Chicken". *Virgenes y mártires*. San Juan: Cultural, 2002. 73-80.
- Weeks, Kathi. *El problema del trabajo: feminismo, marxismo, políticas contra el trabajo e imaginarios más allá del trabajo*. Madrid: Traficantes de Sueños, 2020.
- "Y no hago más na". *YouTube*, uploaded by John Jairo Montenegro, 2 Feb. 2012, <https://www.youtube.com/watch?v=faDefHW7C44>
- Vélez, Diana L. "Pollito Chicken: Split Subjectivity, National Identity and The Articulation of Female Sexuality in a Narrative by Ana Lydia Vega". *The Americas Review* 14 (1986): 68-76.
- Vergés, Francois. *Feminismo descolonial*. Madrid: Traficantes de Sueños, 2022.
- "Zion y Lennox presentan a La Zista en Backstage con Maiky MT". *Youtube*, uploaded by RRTN, 10 Oct. 2016, <https://www.youtube.com/watch?v=gIVzVmROwpU>