

RESEÑA

Ortiz Negrón, Laura. (2012). *Shopping en Puerto Rico: prácticas, significados y subjetividades de consumo*. Publicación electrónica: Bookbay.com.

Ortiz Negrón, Laura. (2013). *Escaparates de consumo. Espejos y cristales de una cultura*. Buenos Aires: Grupo Editorial LUMEN.

MARÍA MARGARITA FLORES COLLAZO

Departamento de Humanidades
Universidad de Puerto Rico, Recinto de Arecibo

En las próximas páginas establezco algunas ilaciones entre las más recientes publicaciones de la investigadora Laura Ortiz Negrón, destacada en el Centro de Investigaciones Sociales de la UPR-Río Piedras, tituladas *Shopping en Puerto Rico: prácticas, significados y subjetividades* y *Escaparates de consumo. Espejos y cristales de una cultura*. Asimismo, a modo de valorar lo que constituye un esfuerzo investigativo y analítico de extensa trayectoria, aludo a otros trabajos de la estudiosa que dan cuenta de su intensa puja con pensamientos condensados en diversos registros discursivos y teórico-conceptuales. En otros momentos, los lectores de estos comentarios también se percatarán que cedí a la tentación de entablar, desde la disciplina histórica que ejerzo, un diálogo productivo con la investigadora-autora.

De *shopping* entre escaparates

En *Shopping en Puerto Rico*, logro apreciar un airoso embate, capaz de desestabilizar las rígidas coordenadas que buscan fijar lo que constituye una investigación cualitativa y otra cuantitativa. En el entorno interdisciplinario dentro del que maniobra no busca constatar hipótesis asentadas en datos “duros”. Antes bien, apuesta a la problematización continua a favor de la comprensión, sin aspavientos de aprehensiones estables, de la complejidad y profundidad de las discursividades y prácticas contemporáneas. En este caso, las que refieren a las variopintas experiencias que marcan la vida de los consumidores y las no menos multipolares formas de consumir dichas experiencias en el Puerto Rico contemporáneo. Como abundaré más adelante, en *Escaparates de consumo* encontré significativas intersecciones que me condujeron hacia otras líneas de argumentaciones en torno a

la economía de consumo, pero, esta vez para ser pensadas desde la dispersión, la densidad, los excesos de las realidades del consumo desde otros tiempos y escenarios sociales.

En su travesía investigativa y analítica, Laura Ortiz Negrón se mueve en el terreno movedizo, minado, contencioso de la economía de consumo en Puerto Rico. Desde este terreno preñado, además, de prácticas, roles, relaciones y significados socioculturales, la investigadora ofrece pistas para el abordaje de la socialización del consumo fuera de los ordenamientos enunciativos que tienden a relacionarlo con compulsiones irracionales o gastos superfluos e improductivos. Contra la corriente de los lugares comunes dentro de los que suelen articularse dichos acercamientos, la autora de *Shopping en Puerto Rico* formula interrogantes, compone respuestas, y vuelve a proponer otras preguntas. A todas luces observo que sin pretender evadir los flujos fragmentados y erráticos de los procesos de producir conocimiento, sí apuesta a la posibilidad de reconocer (sin necesariamente volver visible o aprehensible) lo “no reconocible” por los discursos cientificistas en los que la producción de lo social y el sujeto *se disuelven* en hasta ser *silenciados por* categorías de asfixiantes rigideces. Sobre este entendido, el estudio sobre la economía del consumo que nos comparte Laura Ortiz Negrón oxigena los resquicios (muchos aun insospechados) que pudieran abrir amplio margen para, en palabras de la autora, “desembarazarnos de una respuesta simple” (Ortiz Negrón, 2013, p. 248) que, respecto al fenómeno del consumo, nos sitúe en “el marco de un recorrido contextual de prácticas sociales y significados que denotan el estado del mundo y del sujeto” (Ortiz Negrón, 2012). Es más: que nos implique en otros pensamientos en los que las experiencias de vida se conciban irreductibles a categorías distantes a la vitalidad de los sujetos que las consumamos por vía del consumo.

A lo largo de *Shopping en Puerto Rico*, la autora *re-crea* evidencia que sirva para “afinar” su propuesta teórica, sin que esto implique poner en armonía sus evidencias con la realidad multipolar y contenciosa de la economía de consumo. Recurrió a fuentes de archivo, confeccionó cuestionarios, realizó entrevistas, penetró en la observación etnográfica, utilizó fotografías, manejó y creó datos estadísticos. Pero, la consulta y consecuente descripción expositiva de textos objeto de gestos archivísticos previos, la transliteración de la oralidad que alguna herramienta tecnológica capturó, la observación traducida en palabra o imagen fotográfica, los datos numéricos recogidos en gráficas, no son suficientes para legitimar los resultados de una investigación. Son, como queda sugerido, técnicas que comunican un método, es decir,

unas formas de puntuar un tema de investigación. Que, en el caso del libro aludido, conduce felizmente a su autora a realizar continuas *entradas a y salidas de* las fronteras disciplinarias, para atender las realidades y subjetividades que se reconstituyen en el adentro de la economía de consumo en Puerto Rico.

Entonces, la investigadora entra en juego con una variedad de articulaciones teórico-conceptuales que dimanan de sus encuentros y desencuentros con postulados enjambrados desde diversas disciplinas. Desmenuza nociones, conceptos, discursos en virtud de una narrativa que invalida la invocación de proposiciones compuestas por asociaciones comunes, reducciones binarias, réditos políticos. A tal efecto, procura poner en escena los sentidos que los sujetos atribuimos a *ir de compras* o *visitar el mall*, mientras reconstituimos diversos modos de sociabilidad en las esferas de la cotidianidad familiar y de lo cultural. En este entendido, la autora nos propone desenmarañar, hasta donde sea factible, los comportamientos, prácticas, relaciones, significaciones que dan cuenta de realidades y subjetividades atravesadas por la *economía del consumo*. Al asumirlo como medio analítico, Ortiz Negrón se dispone a reconocer lo que este concepto podría llegar a significar. Esto es el carácter complejo y aquí cito a la autora de *Shopping en Puerto Rico*: “de los desplazamientos, intersecciones y fricciones de asuntos tan diversos como subjetividades, ciencia, objeto, espacios, tecnología, dinero, ambiente, imágenes, política y crédito” (Ortiz Negrón, 2012).

Si lo anterior lo desprendo de *Shopping en Puerto Rico*, en *Escaparates de consumo* lo advierto de manera particular. Antes de ampliar esto, confieso, sin remilgos, que cuando comencé a leerlo me decía para mis adentros: “¿Es necesario la reiteración de abordajes discursivos expuestos en *Shopping en Puerto Rico*?” Pero, a medida que avanzaba en la lectura de *Escaparates de consumo* asumí la reiteración como estrategia narrativa orientada a romper cualquier sentido de linealidad, en virtud de ramificar los desvíos que tienen ocurrencia en los escenarios de consumo. En este su autora apuesta, nuevamente, a la contextualización del fenómeno del consumo en movidas que la desplazan hacia los registros teóricos, discursivos y disciplinarios que dan cuenta de las continuidades, transformaciones y rupturas que han modelado el consumo en cuanto idea, proceso y espacio de interacción. De manera paralela, va trazando propuestas que hacen brotar la consideración de la conformación de las subjetividades de consumo en distintos momentos históricos. Esto es, desde los albores de la modernidad hasta este nuestro presente posmoderno. En el ínterin realiza puntuales paradas en los diversos esquemas interpretativos que le sirven de referentes para otorgar

cierto orden a sus planteamientos que, al fin y a la postre, preludian la imposibilidad de rendir razones axiomáticas sobre la multiplicidad de escenarios en los que el “consumo se produce como un flujo significativo que recorre todas las jerarquías y huecos de la vida en sociedad y de las subjetividades” (Ortiz Negrón, 2007, p. 74).

Rastros de consumos

Como historiadora transcurri por ambos libros con la mirada puesta en la manera en la que Ortiz Negrón arma las pautas interpretativas relativas a la historicidad del consumo. En este sentido, me parece sumamente interesante el acercamiento a la modernidad emergente y el consumo tradicional que la autora puntualiza en *Escaparates de consumo*. El estudio del pasado desde espacios textuales que registran fortalezas tanto como debilidades y silencios, nos convoca para, en voz de la autora, “replantearnos el binarismo disciplinario e ideológico de la economía por un lado y la cultura por el otro, sin tener que esperar a los referentes de la sociedad fordista y posfordista” (Ortiz Negrón, 2013, p. 191). Lamentaba que la perspicaz investigadora no tuviera la ocasión de aludir a estudios sobre el consumo desde nuestras propias producciones historiográficas. Lo cierto es que no existen, aun cuando mucho de su polisémico registro puede rastrearse en documentos de archivos y otras articulaciones textuales donde su aparición se insinúa sin propuestas orientadas ni a nombrarlo ni a entenderlo.

Pensaba en lo que el historiador-investigador José Cruz de Arrigoitia comienza a explorar en relación con los llamados siglos formativos (los del XVI al XVIII) de la sociedad puertorriqueña y el consumo de lujo. Desde su lectura de los documentos dimanados de la Real Hacienda de Puerto Rico, Cruz de Arrigoitia sugiere la urgencia de conceder margen al cuestionamiento de los discursos historiográficos que tienden a exponer el ámbito insular de aquellas centurias como espacio geográfico-socioeconómico-cultural hollado en la pura subsistencia o la suma precariedad. En tal caso, en una economía de contrabando vista como resultado del sistema exclusivista español y el consumo de bienes materiales básicos, por vía de los contactos clandestinos con los colonos de las islas vecinas que habían caído en manos de otros poderes coloniales. Me animo a ofrecer un ejemplo de dicha articulación discursiva que, desde mi perspectiva, sugiere significativas pistas para el estudio del consumo en los albores de nuestra modernidad colonial.

Para el Puerto Rico rural, principal escenario del comercio ilícito por existir fuera de la ciudad amurallada, el historiador puertorriqueño

Arturo Morales Carrión perfila “una vida sencilla y despreocupada, con un mínimo de necesidades, pero a la vez libre de tensiones raciales y con una igualdad social rústica sin par en los poblados vecinos no hispánicos” (Morales Carrión, 1995, p. 137). Es decir, por un lado, las prácticas de consumo aparecen determinadas por un orden político-económico que abría amplio margen al intercambio ilegal de mercancías no suntuarias. Por otro lado, dentro de dicha pauta textual aquellas destacan por su aparición subordinada a una configuración social ajena a la prodigalidad o a dinámicas cifradas en la apropiación de los medios de distinción simbólica. Entretanto, en el interior de la ciudad amurallada e incluso de otros poblados insulares, hubo quienes participaban del comercio ilícito, evadiendo onerosas cargas impositivas mientras acumulaban el capital que les permitiría adquirir bienes de lujo a través del comercio legal registrado en los documentos de la Real Hacienda de Puerto Rico.

Papagayos, gatos de Algalia, popo de gatos de Algalia, sedas, brocados, cofias labradas, perlas, chapines, zapatos de niños, jabones, almohadas, manteles, espejos, cubiertos de plata, porcelanas, postas de carnes... son algunos de los bienes que, desde épocas tempranas del Puerto Rico colonia de España, fueron adquiriendo con sentido de distinción los miembros de los emergentes sectores privilegiados isleños. Paralelo a esto, violentaban, abiertamente o con la anuencia Real, las *leyes suntuarias* que, desde fines de la época medieval y hasta bien entrado el siglo XVIII, de formas variadas buscaban contener la demasía y ostentación de las *cosas no necesarias*¹.

El análisis de estas leyes da pie para ampliar el papel que Ortiz Negrón adjudica a lo que denomina *consumo tradicional*; es decir, aquel en el que “el lujo se presenta como registro simbólico de las diferencias sociales.” Lo cierto es que aparte de preservar las jerarquías sociales mediante la prohibición de ciertas telas, trajes y colores por los sectores no privilegiados, aquellas leyes cumplían con las funciones de limitar las inversiones en objetos considerados improductivos y de garantizar una tradición cristiana de modestia y virtud (Pastoureau, 2006, pp. 172-173). Esta trilogía de funciones sugiere empeños por mantener a raya las intenciones de valerse, según escribiera Juan Sempere en su *Historia del lujo en España*, “...de medios ilícitos y ruinosos para satisfacer necesidades reales o imaginarias” (Sempere, 1788, p. 9). Argumento este sumamente interesante, entre otras cosas, porque es indicativo de cómo en el contexto del *consumo tradicional* hallamos una suerte de guion que enuncia la moralización del consumo evocada hoy para imponer límites a lo concebido como impulsos irreflexivos sobre lo que se consume y lo que se desea consumir. Por

otro lado, el hecho de que las leyes suntuarias fueran una y otra vez evadidas, incluso flexibilizadas en beneficio de los privilegiados, apunta a los cómo fueron articulándose el mundo del trabajo y de los trabajadores en sintonía con los incesantes desplazamientos de la economía de consumo.

Volví a transitar por *Shopping en Puerto Rico* para recuperar algo que había llamado mi atención. Se trataba de la “recomposición archivística” que realiza la autora para examinar el consumo como práctica socio-histórica en los inicios del siglo XX. Consultó medios de prensa (entre ellos hojas sueltas) que servían como vías para afirmar la relación entre publicidad y la posibilidad de adquirir nuevos productos. En este punto, reconocí ciertas confluencias entre sus planteamientos y sobre lo que, hace un tiempo, tuve la oportunidad de esbozar algunas reflexiones. Me refiero a las propuestas publicitarias que articulaban, en las primeras décadas del XX, el consumo de bienes materiales con los bienes simbólicos que los poderes económicos y políticos instituidos atisbaban como ganchos para recrear identidades contestes con su legitimación. Un ejemplo de esto es un anuncio que salió el 4 de julio de 1927 en el periódico *El Mundo*. En este aparece la imagen de George Washington, entre las conmemorativas fechas del 4 de julio de 1776 y el 4 de julio de 1927. Bajo la imagen se insertó un texto alusivo a los valores del crédito y la propiedad privada. El texto leía:

WASHINGTON SIEMPRE DIJO LA VERDAD. Washington, el padre de la patria exoneró a su pueblo de los tiranos y tiranías diciéndoles simplemente LA VERDAD a sus conciudadanos. Nosotros siguiendo la línea trazada por el gran libertador podemos exonerarlo a Ud. de la tiranía del casero. INDEPENDÍCESE UD. No pague alquileres, posea su hogar, líbrese de la visita mensual del casero. Compre su solar, o permítanos construir su casa en la mejor urbanización de Puerto Rico, con facilidades para el pago, rodeado de vecinos escogidos... Pregúntele a uno de los residentes en FLORAL PARK.

De igual modo, en plena vigencia de la Depresión económica de los años 30, las tiendas Giusti ofrecían para las fiestas del 4 de julio suntuosos y bien lucidos trajes de baile; y hospederías como el Hotel Condado y Baños de Coamo promocionaban actividades de baile y comida. En dicho entorno también se reclamaban empleos, mejores salarios, derechos políticos y acceso a la educación por parte de los sectores sociales de vidas precarias, marginadas o excluidas. En este sentido, fue conformándose un *consumo no discursivo* o el que se

produce, de acuerdo con la autora de *Escaparates de consumo*, en privado o silencio enunciativo entre aquellos sectores sociales y las clases medias y trabajadoras. Según mi entendimiento, para el contexto al que remito y los ejemplos que ofrezco, este tipo de *consumo no discursivo* puede también aludir a la conformación de los sujetos en cuerpos ritualizados en el consumo de bienes simbólicos. Es decir, investidos con un sentido del ritual que los hiciera aptos para asumir filiaciones adecuadas a la legitimación del ordenamiento económico, político, social y cultural establecido. Las matrices conceptuales de igualdad, justicia y libertad daban pie al entronizamiento del Estado como administrador de la soberanía que los ciudadanos le confiarían en virtud de la democratización de la política. Progreso técnico, económico, social y cultural proporcionaría un escenario en el que la ciudadanía debiera asumir al Estado como gestor indelegable de su bienestar material.

Entonces, los rituales políticos en torno a las celebraciones del 4 de julio de la primera mitad del siglo XX, ofrecen pistas para pensar en el estatus no discursivo del consumo. En dicho caso, como uno que también supone la producción de imaginarios sociales del posible acceso a bienes materiales, teniendo como referentes las prácticas de legitimación simbólica del Estado. Que incluso, desde la experiencia privada que conforma subjetividades de consumo, pudiera implicar un jambrado de tramas en las que se suscita la “liberación” gozosa de cuerpos menos atentos (cuando no indiferentes o desafectos) a la demostración de filiaciones con los proyectos políticos que buscan condensar sus deseos de bienestar.

En los primeros años de euforia estadolibrista, el despliegue de anuncios comerciales en los medios de prensa escrita y radial y en las carrozas que desfilaban el día (el 25 de julio) pautado para la celebración del nuevo arreglo político entre Puerto Rico y Estados Unidos, jugó un papel notable en la difusión de estrategias que permitieran un amplio acceso al consumo de bienes materiales, mientras se legitimaba el proyecto político triunfante. Así, por ejemplo, en un anuncio de la *Rovira Biscuit Corporation*, publicado en *El Mundo*, el 25 de julio de 1952, se insertaba una fotografía del rostro de Luis Muñoz Marín en el recuadro que incluía un texto que expresaba la satisfacción que producía la formación de Puerto Rico como “pueblo libre y autónomo”. De igual forma, los símbolos nacionales fueron insinuándose como ganchos publicitarios para la venta de productos. El 23 de julio de 1955, el café Rico se anunciaba, en *El Imparcial*, como “el mejor

café de Puerto Rico”, mientras exhortaba a sus potenciales consumidores a rendir “homenaje práctico a la *bandera* consumiendo, con orgullo, los productos de nuestra tierra... entre ellos el mundialmente famoso café de Puerto Rico”. Ejemplos como estos sirven para resaltar la gran importancia que cobraría la consolidación de consumidores de alimentos dentro del proyecto desarrollista. Dentro de esto se iría perfilando el imaginario de cohesión consumidora para dar impulso a la superación de la extrema miseria, el hambre cruel, la muerte temprana..., como condición *sine qua non* para garantizar el valor social del trabajo. Al mismo tiempo, el valor simbólico de consumir lo “propio” alimentaba la legitimación de una sociedad de cultura nacional que se perfiló como una que no necesitaba de un Estado-nación.

Pero llegó el momento en que el Estado demuestra a todas luces su incapacidad para garantizar empleos públicos y aquellos servicios de vivienda, salud, salario social que se enuncian como parte de los derechos de los que ningún ciudadano debiera estar excluido. Entretanto, los mercados laborales denotan una clara tendencia hacia la multiplicación de trabajos temporeros y subcontrataciones, entre otras modalidades laborales que desestiman la seguridad del empleo pleno. Es decir, como plantea Ortiz Negrón, no hay trabajo en el sentido que la modernidad capitalista le inscribió a la categoría. Lo que nos lleva “a un escenario de mayor densidad, ya que están presentes las condiciones para trabajar menos como aquellas para trabajar más” (Ortiz Negrón, 1979, p. 72). Asimismo, dicho escenario apunta hacia un amplio registro de estrategias publicitarias, políticas crediticias y reordenamiento de los espacios urbanos, que comprometen el trabajar más con la cultura del consumo. El asentamiento de las bases de unas prácticas consumistas que propician el dominio del capital sobre la sociedad, dan ocasión para la conformación de subjetividades que se aventuran a provocar, exitosa o infructuosamente, su inserción en intrincados procesos que inciden en los modos como el consumo re-significa las relaciones sociales.

Shopping entre los escaparates de la De Diego...

Mucho decidí no teclear, puesto que ha llegado también el momento de finalizar estos comentarios. Pero antes de oprimir la última tecla comparto lo siguiente, esta vez como puertorriqueña consumidora. Mientras leía ambos libros reflexionaba sobre las ansiedades, tensiones, conflictos que no pocas veces ha producido en

mí el consumo de ciertos objetos que me seducen, hasta desarmarme de toda intención que contenga mis deseos de conceder y concederme, como diría Luis Rafael Sánchez, “...tongoneos del alma y supremos gustazos corporales” (Sánchez, 2004, p. 144). Sin embargo, los *mall* no son los lugares a los que necesariamente suelo allegarme en ánimos de apostar al vencimiento de las posibles aflicciones que experimente luego de haber dado rienda suelta a mis necesidades, reales o imaginarias, a través del gesto de ir de shopping. Todavía la calle De Diego de Río Piedras sigue jalonando mis cortos, pero ligeros pasos, hacia el consumo de objetos que desbordan mis deseos de consumir experiencias preñadas de incertidumbres, angustias, contrariedades, pero no menos de ilusiones sandungueras con las que busco también consentir a quienes aprecio o amo. Entonces, debo agradecer a Laura Ortiz Negrón por confirmarme que el consumo también sirve para pensar(nos), cuestionar(nos), encontrar(nos), desencontrar(nos) mientras nos arrebujaamos entre prácticas consumistas “propias” y “ajenas”.

NOTAS

1. Tal es el caso de Miguel Díaz, alguacil mayor de la ciudad de San Juan, quien en 1511 obtuvo del Rey autorización para que su mujer Isabel de Cáceres pudiera exhibir como parte de sus atavíos sus joyas de oro. El dato puede consultarse en Murga Sanz, 1961, p. 75.

REFERENCIAS

- Morales Carrión, A. (1995). *Puerto Rico y la lucha por la hegemonía en el Caribe: Colonialismo y contrabando, siglos XVI-XVIII*. Río Piedras: Universidad de Puerto Rico.
- Murga Sanz, V. (1961). *Cedulario Puertorriqueño Tomo I (1505-1517)*. Estudio preliminar y notas por Vicente Murga Sanz. Río Piedras: Ediciones de la UPR.

- Ortiz Negrón, L. (1999). *Al filo de la navaja. los márgenes en Puerto Rico*. Puerto Rico, Centro de Investigaciones Sociales de la Universidad de Puerto Rico.
- Ortiz Negrón, L. (2007). “La economía del consumo como propuesta socio-teórica”. *Athenea Digital* 12: 62-77.
- Ortiz Negrón, L. (2012). *Shopping en Puerto Rico. Prácticas, significados y subjetividades de consumo*. Publicación electrónica: Bookbay.com.
- Ortiz Negrón, L. (2013). *Escaparates de consumo. Espejos y cristales de una cultura*. Buenos Aires: Grupo Editorial LUMEN.
- Pastoureau, M. (2006). *Una historia simbólica de la Edad Media occidental*. Buenos Aires: Katz Editores.
- Sánchez, L.R. (2004). “El mes feriado”, *Devórame otra vez: artículos de primera necesidad*”. San Juan: Ediciones Callejón.
- Sempere, J. (1788). *Historia del lujo y las leyes suntuarias de España*. 2 vols. Madrid: Imprenta Real.