

La Geografía analiza el viernes negro puertorriqueño ^[1]

Enviado el 6 diciembre 2013 - 3:12pm

Este artículo es reproducido por CienciaPR con permiso de la fuente original.

Calificación:



No

Contribución de CienciaPR:

Diálogo Digital ^[2]

Fuente Original:

Verónica B. Fonseca

Por:



El famoso día del viernes negro o Black Friday, criticado muchos, incluyendo académicos, es para ciertos investigadores reflejo social de la conducta consumidora del puertorriqueño.

En las filas kilométricas se escuchó una canción de salsa, proveniente de un radio portátil que alguien trajo. Al mismo tiempo, se desplegaban sillas de playa, marcando el comienzo de un juego de dominó.

Todos esperaban algo en común: encontrar su televisor, tableta o equipo electrónico a mitad de precio o más barato. Esta tranquilidad percibida en la fila de espera sólo duró hasta que abrieron las puertas del centro comercial, momento en el que miles de persona se desplazaron como manada para luchar por aquel artículo que deseaban poseer.

El famoso día del viernes negro o *Black Friday*, criticado muchos, incluyendo académicos, es para ciertos investigadores reflejo social de la conducta consumidora del puertorriqueño. Para Carlos Guilbe, profesor de Geografía en la Universidad de Puerto Rico, Recinto de Río Piedras, esta actividad se ha convertido formalmente en un evento instaurado profundamente en la cultura puertorriqueña.

“Yo tengo sentimientos mixtos. En este evento, la gente lleva a sus amigos y familiares, llevan sus sillitas y mesas. La realidad es que se forma el mismo tumulto en cualquier evento masivo en Puerto Rico, es algo cultural”, expresó Guilbe.

El profesor e investigador lleva estudiando este fenómeno desde el 2007. Como parte de la investigación del curso Geografía Económica, Guilbe envía usualmente a dos o tres estudiantes para que recojan información en ciertos centros comerciales, datos que luego sube a su archivo

digital. Guilbe explicó que actualmente tiene una bitácora de lo que ocurre año tras año el día del viernes negro.

A diferencia de otros años, el pasado *Black Friday* tuvo una diferencia marcada, pues según Guilbe hubo más tiendas que abrieron sus puertas desde más temprano. Usualmente las megatiendas por departamentos son las que abren a medianoche, sin embargo, hubo una notable participación de negocios pequeños, restaurantes de comida rápida y casas de empeño.

Contrario a otros años, Guilbe notó que más personas compraron televisores en comparación a otros años. El profesor decidió entrevistar de manera informal a algunas personas en la fila y muchos le expresaron que compraban televisores a medida que salían a la venta nuevos juegos de vídeo, ya que, según los entrevistados, así tenían un equipo para ver película y otro exclusivamente para los videos juegos.

Por otro lado, Guilbe pudo notar que en el centro comercial San Patricio Plaza hubo mayor participación de extranjeros en la venta del madrugador. Hubo una participación notable de muchos residentes de Republica Dominicana que viajaron a la Isla para comprar equipos electrónicos más baratos.

“Me pareció interesante que vinieran a Puerto Rico para hacer sus compras. Quisieron venir para formar parte del evento y comprar televisores y tabletas a un precio que normalmente no conseguirán”, indicó.

“Este es un evento que tratamos de satanizar”

El investigador hizo hincapié que esta actividad “ya es parte de la cultura puertorriqueña” y que muchas personas participan para compartir con otros familiares y adquirir productos que normalmente les saldría más caro.

“Hay gente que disfruta esto”, comentó el investigador.

El profesor criticó que muchas personas buscaban ancianos para ponerlos en las filas. De este modo, las personas de mayor edad entraban primero que el resto de las personas en la fila y así podían comprar el producto antes de que se acabara. Aunque esta conducta es común durante los viernes negros, los empleados y gerentes de las tiendas no tuvieron el control para detenerlo. Asimismo, destacó que muchas mujeres se ponían almohadas debajo de sus camisas para lucir embarazadas, todo esto para que las permitieran entrar temprano.

Guilbe actualmente está trabajando con su libro *Plaza Puerto Rico Shopping Center* que espera poderse publicar el verano de 2014. En su texto, reunirá toda la información recopilada durante doce años de investigación de la conducta de los puertorriqueños en los viernes negros.

“Puerto Rico es un *shopping center*. El puertorriqueño es un comprador compulsivo y disfruta de estos eventos. Es parte de nuestra cultura desde que comenzó aquí hace 50 años. Este es un evento que tratamos de satanizar pero está aquí para quedarse”, concluyó.

Tags:

- [geografía económica](#) [3]
- [Black Friday](#) [4]

- [UPR](#) [5]
- [economic geography](#) [6]

Categorías de Contenido:

- [Ciencias Sociales](#) [7]

Source URL:<https://www.cienciapr.org/es/external-news/la-geografia-analiza-el-viernes-negro-puertorriqueno>

Links

[1] <https://www.cienciapr.org/es/external-news/la-geografia-analiza-el-viernes-negro-puertorriqueno> [2]

<http://dialogodigital.com/index.php/La-Geografia-analiza-el-viernes-negro-puertorriqueno.html> [3]

<https://www.cienciapr.org/es/tags/geografia-economica> [4] <https://www.cienciapr.org/es/tags/black-friday> [5]

<https://www.cienciapr.org/es/tags/upr> [6] <https://www.cienciapr.org/es/tags/economic-geography> [7]

<https://www.cienciapr.org/es/categorias-de-contenido/social-sciences-0>