

Cómo citar:

SANDOVAL, Efrén (2023). "Los comerciantes de los tianguis y la conformación de la ciudad transnacional de Monterrey". *Arxius de Ciències Socials*, 47, 1-13

LOS COMERCIANTES DE LOS TIANGUIS Y LA CONFORMACIÓN DE LA CIUDAD TRANSNACIONAL DE MONTERREY

THE MERCHANTS OF THE TIANGUIS AND THE CONFORMATION OF THE TRANSNATIONAL CITY OF MONTERREY

EFRÉN SANDOVAL*

R E S U M E N

A PARTIR DEL CASO DE LOS COMERCIANTES DE LOS TIANGUIS DE MONTERREY Y SUS VÍNCULOS "DESDE ABAJO" CON SUS PARIENTES EMIGRADOS EN TEXAS, LA HIPÓTESIS DE ESTE ARTÍCULO ES QUE MONTERREY ES UNA "CIUDAD TRANSNACIONAL". EL OBJETIVO ES DESCRIBIR LA ORGANIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL REALIZADA POR LOS COMERCIANTES. EN ESTE COMERCIO SON MUY IMPORTANTES LOS VIAJES CONSTANTES ENTRE MONTERREY Y TEXAS, EL TRANSPORTE DE MERCANCÍAS Y EL INTERCAMBIO DE FAVORES ENTRE MIEMBROS DE "FAMILIAS TRANSNACIONALES". LA ACTIVIDAD INCLUYE A ALGUNOS EMIGRADOS QUE REGRESAN A MÉXICO PARA INSTALARSE A VENDER EN EL TIANGUIS. PARA DEMOSTRAR LO ANTERIOR, SE PRESENTAN EJEMPLOS QUE EVIDENCIAN LA DIVERSIDAD DE CASOS.

PALABRAS CLAVE

CIUDAD TRANSNACIONAL, GLOBALIZACIÓN DESDE ABAJO, FAMILIA TRANSNACIONALE, MONTERREY, TIANGUIS.

A B S T R A C T

BASED ON THE CASE OF THE MERCHANTS OF THE STREET MARKETS (TIANGUIS) IN MONTERREY AND THEIR LINKS “FROM BELOW” WITH THEIR EMIGRANT RELATIVES IN TEXAS, THE HYPOTHESIS OF THIS ARTICLE IS THAT MONTERREY IS A “TRANSNATIONAL CITY”. THE OBJECTIVE OF THIS ARTICLE IS TO DESCRIBE THE ORGANIZATION OF THE COMMERCIAL ACTIVITY CARRIED OUT BY THE MERCHANTS. IN THIS TRADE, THE TRANSPORT OF MERCHANDISE AND THE EXCHANGE OF FAVORS BETWEEN MEMBERS OF “TRANSNATIONAL FAMILIES” ARE VERY IMPORTANT. THE COMMERCIAL ACTIVITY INCLUDES SOME EMIGRANTS WHO RETURN TO MEXICO TO SETTLE DOWN TO SELL IN THE TIANGUIS. TO DEMONSTRATE THE ABOVE, EXAMPLES ARE PRESENTED THAT DEMONSTRATE THE DIVERSITY OF CASES.

KEYWORDS

TRANSNATIONAL CITY, GLOBALIZATION FROM BELLOW, TRANSNATIONAL FAMILY, MONTERREY, TIANGUIS.

* Profesor investigador en la Unidad Noreste del CIESAS, miembro del SNI (nivel 1) y autor del libro “Entre chácharas y ropa usada. Proceso globalizador y comercio de fayuca en la frontera de Texas y los tianguis de Monterrey” (CIESAS, 2012). Contacto: esandoval@ciesas.edu.mx. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2706-9388>

INTRODUCCIÓN

Este artículo se basa en el caso de los comerciantes del área metropolitana de Monterrey (AMM)¹, México, quienes semanalmente viajan a la frontera de Texas y otros lugares de Estados Unidos para surtir de mercancías que luego venden en los tianguis² de la ciudad. Muchos de los comerciantes hacen más eficiente este proceso con la ayuda de sus parientes emigrados a Estados Unidos. Gracias a ellos obtienen hospedaje, información sobre lugares para comprar, transporte hacia los lugares de compra, y almacenaje de mercancías. Eventualmente, cuando los parientes emigrados visitan o regresan a Monterrey, transportan las mercancías que los comerciantes dejaron almacenadas en su última visita. Al mismo tiempo, regiomontanos³ emigrados a Texas, hacen viajes recurrentes, a veces semanalmente, para vender productos en tianguis de Monterrey.

En casi todos los casos, las mercancías en cuestión son baratas, sobrantes o usadas, es decir, baratijas, saldos de artículos no vendidos en los almacenes minoristas; también hay objetos desechados por los consumidores y comercializados como usados en mercados de pulgas (flea market), ventas de garaje (garage sale) y tiendas de artículos usados (thrift shop). Tales mercancías son introducidas a México por los mismos comerciantes o sus parientes en sus propios vehículos, o a través de “pasadores” que se encargan de llevar las mercancías hasta el domicilio de los comerciantes.

En Monterrey cada semana se instalan por lo menos 944 tianguis en donde aproximadamente 35% de las mercancías que se venden provienen de almacenes de saldos y artículos usados, mercados de pulgas y thrift shop, así como de almacenes mayoristas y minoristas ubicados en la frontera de Texas o ciudades como San Antonio, Houston o Dallas. Hasta estos lugares viajan los comerciantes mexicanos, ayudados por una infraestructura social que, de acuerdo con la manera en que Sandoval (2012) entiende este término, sirve para facilitar la movilidad de las personas y las mercancías a través de las fronteras, en una organización comercial “desde abajo”. La hipótesis de este artículo es que Monterrey es una “ciudad transnacional”, y su objetivo es describir el complejo andamiaje que la construye como tal (Besserer y Nieto, 2015), y para ello se muestran varios casos que evidencian los vínculos comerciales y de parentesco conformados entre personas instaladas en Monterrey y otras en Estados Unidos.

El artículo primero presenta una fundamentación teórica basada en los conceptos de “globalización desde abajo”, “ciudad transnacional” y “familias transnacionales”. Toma en cuenta también la idea de las “infraestructuras sociales” y “transfronterizas”. Después describe cómo se organiza la economía del tianguis; asume una posición metodológica multilocal y posteriormente presenta tres ejemplos que describen tres formas distintas en que se organiza la “ciudad transnacional”. Al final se presenta una reflexión en la que subrayo algunos aportes de esta investigación.

¹ El área metropolitana de Monterrey (AMM) es la segunda conurbación más grande del país, con poco más de 5 millones de habitantes (INEGI, 2020). Está compuesta por 13 municipios de los cuales el más importante y poblado es Monterrey, capital del estado de Nuevo León. El AMM se encuentra a 250 kilómetros de la frontera de Texas. En lo sucesivo me referiré a esta área urbana simplemente como Monterrey.

² Tianguis es la palabra de origen nahuatl (lengua franca en la época precolombina en lo que hoy es el centro de México) con la cual se denomina a los mercados callejeros en México.

³ Regiomontano es el gentilicio para los nacidos en Monterrey.

LA CIUDAD TRANSNACIONAL Y LA GLOBALIZACIÓN “DESDE ABAJO”

El comercio que realizan los comerciantes de los tianguis de Monterrey ha sido catalogado por otros autores, para el caso de actividades similares en otras latitudes, como “mundialización desde abajo” (Tarrius, 1995), “globalización desde abajo” (Portes et al., 2003), o globalización popular (Ribeiro, 2008; Gordon et al. 2012). Aunque con diferentes acepciones, estos autores se refieren a dispositivos comerciales y formas de organización social que articulan actividades con y sin Estado, regulaciones administrativas y judiciales, y tienen como propósito concentrar y distribuir productos y al hacerlo, provocar un cambio de valor en las mercancías y ponerlas a disposición de las sociedades más dependientes y pobres (Tarrius, 2002:50). Esos dispositivos comerciales “expresan intensos vínculos éticos y regulaciones jurídicas frágiles” basadas en conocimientos diversos, como saber circular por territorios y atravesar fronteras, o saber construir redes de relaciones que entrecruzan vínculos de parentesco y paisanaje con otros de naturaleza meramente económica (*ibid*).

Para autores como Ribeiro (2008) y Gordon *et al.* (2012), la globalización popular está constituida por flujos de mercancías organizados por diferentes actores sociales que conectan lugares y establecen relaciones a lo largo del mundo. En todos los casos, se trata de redes organizadas por comerciantes las cuales permiten el flujo de mercancías baratas, usadas, defectuosas, de contrabando, falsificadas, y de uso común, a través de circuitos internacionales legales e ilegales, y su comercialización en mercados populares y calles de muchas ciudades principalmente del llamado “sur global”. Se trata, en palabras de Ribeiro (2008), de un “sistema global no hegemónico”, desarrollado a partir de la reproducción de lazos sociales cimentados en la mutualidad, la confianza, los intercambios y la oralidad.

Muchas de las redes, circuitos o dispositivos de la globalización desde abajo implican la participación de población migrante (Tarrius, 2002; Peraldi, 2001; Besserer y Nieto, 2015). Para el caso de los comerciantes de Monterrey, el dispositivo comercial está basado de manera relevante en las relaciones entre parientes emigrados y no emigrados. Esto sucede en el marco de dos fenómenos adyacentes al comercio de los tiangueros de Monterrey. Por un lado, la amplia difusión de la migración hacia Estados Unidos en la región (Sandoval, 2012; Zúñiga y Sánchez, 2010; Hernández-León, 2008), principalmente a Texas; y por otro, la profundidad histórica y social del comercio, el contrabando y el consumo transfronterizo (Sandoval, 2022; Sadler, 2000; Cerutti y González, 1999) en la zona de estudio.

El contexto señalado facilita el hecho de que entre emigrados y no emigrados existan relaciones constantes de comunicación, intercambio de bienes y favores; y se logren, a pesar de la frontera internacional (o más bien con ella), la organización mutua como familias transnacionales, es decir, como familias compuestas de varias células diseminadas tanto en el extranjero como en diversas localidades del país de origen, las cuales, a pesar de su disociación espacial, mantienen entre sí contacto continuo e interactúan como una entidad común que en cierto modo borran las distancias físicas entre ellas (Ariza, 2002: 64). Así, los comerciantes y sus parientes construyen y reproducen una infraestructura social que facilita la movilidad de personas y la circulación de objetos en el sentido propuesto por Sandoval (2012: 23 y 24). Para este autor, la idea de infraestructura está ligada a la idea de movimiento y a los dispositivos o medios necesarios para hacerlo (como las carreteras o puentes). En el contexto transfronterizo, “esos medios son muy necesarios para mantener las relaciones sociales y para organizar los cruces de personas o de objetos”. En este marco, las infraestructuras “son los medios o dispositivos para la movilidad de personas y la circulación de objetos” a través de espacios sociales transfronterizos, o transnacionales.

En el caso del comercio en el tianguis y las relaciones transnacionales que en alguna medida lo soportan, vale preguntarse hasta qué grado la presencia de familiares al otro lado de la frontera más que ser un elemento de atracción para la reproducción de redes migratorias (Garduño, 2003), funciona más bien como

contención de otros procesos migratorios vía el mejor acceso de los no emigrados a las economías informales. En la práctica, esa contención se traduce a nivel local en la construcción de la “ciudad transnacional”.

Para Besserer y Oliver (2014: 16 y ss.), la idea de ciudad transnacional se refiere a conexiones entre ciudades tejidas por grupos y personas, a través de prácticas “horizontales”, “estrechas” e “intensas”, de “instituciones propias... descentradas”, que se objetivan en “dinámicas microsociales” que, dicen en otro trabajo Besserer y Nieto (2015: 17), “se extienden más allá de las fronteras locales o nacionales”. En este marco, la ciudad transnacional puede ser entendida como segmentos de ciudades (barrios, sectores, mercados, etcétera) conectados más allá de las fronteras nacionales (Besserer y Oliver, 2014). Esta conexión sucede “desde abajo”, es decir, que se expresa de manera reiterada en el plano de la vida cotidiana “con tal densidad” que se puede hablar en términos de un “modo de vida urbano transnacional” constituido a partir de prácticas que atraviesan fronteras, y de procesos económicos y políticos que influyen en ellas (Besserer y Nieto, 2015: 17) sobre todo en la forma de constreñimientos que mantienen a sectores de la población en los márgenes urbanos, por ejemplo, de la economía informal, la ilegalidad y el estigma. Es desde esa posición que los comerciantes de Monterrey construyen dispositivos como el que da soporte a su actividad comercial.

En las siguientes secciones de este artículo presentaré algunos ejemplos de cómo sucede esa transnacionalidad aludida aquí. Antes, explicaré cómo se organiza el comercio de los tianguis y quiénes son los comerciantes.

CARACTERIZACIÓN DE LA ECONOMÍA DEL TIANGUIS

Es complicado describir un perfil general de los comerciantes de los tianguis. Incluso es difícil afirmar que la mayoría son hombres, aunque muy probablemente así es. Al final, y eso subrayaré más adelante, se trata de una actividad colectiva que involucra a familias enteras, incluyendo a veces desde los abuelos hasta los nietos, pasando por sobrinos y tíos.

De acuerdo con Sandoval (2022), los comerciantes de los tianguis de Monterrey son, en lo general, personas de clase media o media baja, que tienen una casa propia ubicada en algún barrio popular o de clase media de la ciudad. Es difícil encontrar entre los comerciantes a habitantes de sectores más acomodados, aunque los hay. Pocos son quienes cuentan con un título universitario. Son más los que dejaron trunco sus estudios superiores, pero la mayoría tiene estudios de preparatoria, entre los adultos. No son raros los casos de jóvenes que combinan sus estudios universitarios con la participación en el negocio familiar, pero también hay muchos que dejaron los estudios desde la preparatoria para dedicarse al oficio de comerciante. Frecuentemente algún miembro de la familia tiene acceso a algún empleo en la economía formal. Y la salud es un asunto que se atiende con los recursos (dinero, ayuda, consejos, cariño) propios de la red familiar, aunque hay quienes tienen los recursos para acceder a algún servicio hospitalario de precio módico, si no se cuenta con el acceso al servicio público vía la ayuda de un pariente asegurado o las gestiones de una unión de comerciantes. Entre los comerciantes de mayor edad, muchos son jubilados de algún oficio, o fueron “recortados” de alguna fábrica o empleo en que pasaron sus años más productivos. En cuanto a la educación, ésta es atendida en el sector público casi sin excepción. Por lo general, cuentan con un vehículo especializado para el transporte de la mercancía. Algunos utilizan este mismo vehículo para viajar a la frontera. Otros tienen un vehículo adicional para esta tarea. Es frecuente que dichos autos tengan problemas mecánicos, por lo que los comerciantes deben dedicar a ellos un buen porcentaje de sus ganancias.

De acuerdo con el mismo autor, se trata de familias que algún tiempo y presupuesto dedican a reunirse para asar un pollo en el patio de la casa, disfrutar de algunas bebidas; o que organizan fiestas especiales en oca-

siones importantes como los quince años de la hija adolescente, la graduación de algún estudiante, o la boda de un nuevo matrimonio. Se trata de una organización familiar de relaciones intensas, en donde el dinero se cuenta, pero se logra una estabilidad que muchos otros en la sociedad mexicana desearían.

En cuanto a los tianguis, a partir de un censo, Sandoval (2022) estimó que en el AMM se instalan semanalmente cerca de 1,000, agrupando a un aproximado de 150,000 puestos de venta. De acuerdo con el mismo autor, para instalarse dentro de un tianguis de manera constante, los comerciantes deben estar afiliados a una “unión de comerciantes” o “sindicato”, el cual a su vez pertenece a una estructura política más amplia que frecuentemente lleva hasta un partido político. Tales agrupaciones se sostienen en relaciones de tipo clientelar (Sandoval, 2022b).

Los tianguis son instalados con autorización municipal durante algunas horas en calles, terrenos o plazas en sectores populares. Para ello se deben seguir reglas de horarios y orden. Cada comerciante se encarga de transportar las mercancías y la estructura desmontable de su puesto de venta. Por lo general, los comerciantes procuran instalarse varias veces a la semana en distintos tianguis, a veces buscando mejores ventas en los tianguis más grandes. La organización de la compra y venta de mercancías se hace en familia, de tal manera que padres, hijos, hermanos, tíos, sobrinos y hasta primos, suelen participar de la recolección, preparación y venta de las mercancías, y/o de la carga, transporte e instalación de las mismas.

Los comerciantes suelen dedicar uno o dos días a la semana para abastecerse de mercancías. Para ello pueden acudir a mercados o almacenes mayoristas en Monterrey, o viajar a la ciudad de México o a la frontera de Texas, labor que suele hacerse al inicio de la semana o por lo menos antes del fin de semana, cuando se realizan las principales labores de venta.

Un viaje a la frontera de Texas implica salir temprano por la mañana desde Monterrey para, 3 horas después, dependiendo del destino, estar ya en la línea fronteriza. Para cruzar la frontera, los comerciantes deben llevar una visa expedida por el gobierno de Estados Unidos. Una vez en el lado norteamericano, los comerciantes suelen seguir itinerarios más o menos estrictos, continuando una ruta definida por varios criterios, entre ellos, conseguir las mejores mercancías antes de que se agoten; la distancia entre los lugares a visitar o los horarios en que están abiertos al público. Algo importante es volver a Monterrey el mismo día, evitando el costoso pago de una noche de hotel y los riesgos causados por los secuestros, asaltos y hasta desapariciones que suele haber en algunas carreteras fronterizas de México. Al regresar, la labor consistirá en descargar y organizar las mercancías para prepararlas para su venta.

El uso del tiempo es diferente en el caso de los comerciantes con parientes en Estados Unidos. Ellos cuentan con la posibilidad, primero, de que alguien (siempre un familiar) se quede en Monterrey responsabilizándose de todas las labores relativas al puesto en el tianguis; y segundo, cuentan con alojamiento gratuito en casa de sus familiares emigrados, quienes además los trasportan o les prestan un vehículo para llegar hasta los almacenes de venta de pacas de ropa de segunda, de “pallets” (saldos), o de artículos usados (electrodomésticos, juguetes, enseres domésticos, artículos deportivos, entre muchos otros). Si la cantidad de artículos recaudados es abundante, los comerciantes podrán dejar una parte con sus parientes, para que alguien se encargue de llevarlos en un viaje posterior. En ocasiones también se valen de algún “pasador”, es decir, una persona dedicada al trasiego de mercancía no declarada a través de la frontera (Sandoval, 2022). Por lo general, cuando los comerciantes viajan al interior de Estados Unidos, lo hacen en autobús y no en vehículo propio.

Mientras los comerciantes están en México realizando sus actividades de venta, sus parientes en Estados Unidos suelen aprovechar las visitas a lugares como los flea market, thrift shop o almacenes minoristas, y

comprar artículos económicos que saben que les pueden interesar a sus familiares en México para revenderlos. Por su parte, los emigrados comerciantes, aprovechan para recopilar cotidianamente mercancías que luego venderán en México.

ASPECTOS DE LA INVESTIGACIÓN

Basada en una perspectiva multilocal (Marcus, 2001), la investigación en que se basa este artículo buscó conocer el sistema de aprovisionamiento de mercancías baratas, usadas y sobrantes (saldos) provenientes de Estados Unidos y comercializadas en los tianguis del AMM. Para ello, se hizo trabajo de campo en ciudades de la frontera sureste, San Antonio y Houston, Texas; en la frontera noreste de México, y en diferentes municipios del AMM.

Se hizo trabajo de campo en tianguis, almacenes de reventa de artículos usados, saldos y mercancía general (baratijas), así como en mercados de pulgas, thrift shops, e instalaciones de asociaciones caritativas que venden artículos de segunda mano para obtener ganancias y utilizarlas para sus labores de beneficencia. En todos estos lugares se hicieron observaciones y en su caso se dialogó o se hicieron entrevistas focalizadas con propietarios, administradores, empleados, comerciantes y clientes.

Como parte del trabajo de campo se hicieron entrevistas a profundidad con comerciantes, y a través de ellas se recabó información relativa a la manera en que organizan su comercio, y cuando fue el caso, de la participación en ello de sus parientes en Estados Unidos. En algunos casos se acompañó a los comerciantes en sus viajes para conseguir mercancías en la frontera de Texas. Toda la información obtenida fue vertida en sendos diarios de campo.

Además, se llevó a cabo un conteo de tianguis, puestos y mercancías, abarcando una representatividad del 6% del total de tianguis que oficialmente existen en la ciudad. Fue gracias a este conteo que se determinó que en la ciudad deben instalarse cada semana aproximadamente 944 tianguis en los cuales muy probablemente hay un aproximado de 150,000 puestos de venta en total (aunque muchos comerciantes se instalan varias veces por semana en diferentes tianguis, y pueden tener varios puestos en un mismo tianguis).

La perspectiva a partir de la cual abordo a los actores sociales implicados en los circuitos económicos en estudio parte del principio de que dichos actores pertenecen al complejo entramado de relaciones productivas que llevan hasta las grandes cadenas de productores y distribuidores en todo el mundo. En este contexto, los comerciantes objeto de este trabajo asumen los costos del desperdicio, del defecto, del saldo fruto del excedente característico del capitalismo financiero; y forman parte sustancial, entonces, de un dispositivo comercial que, en cuanto red, sirve como un fusible al sistema (Peraldi, 2001; Hibou, 2015). Desde esta perspectiva, evito concebir a los comerciantes a partir de normas morales, penales o legales (Peraldi, 2001), y de categorías jurídicas y policíacas que los sujetan a marcos estructurales y hegemónicos (jurídicos, legales) muy lejanos a las perspectivas teóricas de la antropología social, disciplina a la que me adscribo. En este marco, en la sección descriptiva de este artículo más que presentar casos que describan trayectorias con un inicio y un final, que pretendan desarrollar la biografía de una persona como si ésta fuera una totalidad coherente o constante que se deba representar objetivamente, presento ejemplos a la manera de “retratos” de tipo etnográfico, tal y como lo propone Abélè (2011), para quien tales “retratos” expresan la manera en que una persona, o varias de ellas, existen en un momento dado o en circunstancias precisas en las cuales toma decisiones, establece vínculos y, en general, se las arregla para permanecer en su red de relaciones y, en este caso, en la economía del tianguis. Es debido a esta no pretensión del caso desarrollado, que en el último ejemplo me permito mostrar las acciones y prácticas de tres personas, y no solo de una. Estas varias personas son, desde sus circunstancias, parte de un mismo ejemplo.

EJEMPLOS DE ORGANIZACIÓN TRANSNACIONAL DEL TIANGUIS

Como expliqué en secciones anteriores, muchos comerciantes de Monterrey se apoyan en sus parientes emigrados para beneficiarse de diversas maneras y surtir de más y mejores mercancías; otros, son emigrados que viajan a Monterrey para instalarse en un tianguis. Dentro de estos dos tipos generales hay una enorme variedad coherente con la diversidad de casos e historias que se pueden encontrar al acercarse a los comerciantes. Es por ello por lo que en los ejemplos que presento a continuación, destaco algunos aspectos que subrayan el apoyo entre emigrados y no emigrados, y el cruce de fronteras o movilidad transfronteriza.

Ejemplo 1

Alberto y Martha son un matrimonio de septuagenarios que se dedica a la venta de ropa usada en varios tianguis de la ciudad. Ellos son los padres de seis hijos cuatro de los cuales emigraron a Estados Unidos y viven en San Antonio, Houston, y en el estado de Arkansas.

Alberto fue durante muchos años carpintero, y trabajó por su cuenta y de manera informal. Gracias a esta actividad Alberto pudo “dar una vida” a su familia. A la edad de 17 años, Mónica, una de las hijas de este matrimonio, siguió el ejemplo de una amiga y comenzó a vender en un tianguis artículos que ella misma elaboraba y muy pronto empezó a reportar ganancias que la animaron a invertir en la venta de corsetería usada que compraba a uno de los muchos distribuidores de “pacas” de ropa de segunda que comercian en la ciudad.⁴ Al ver el éxito de Mónica, y en el marco de la ausencia de la mayoría de sus hijos ya emigrados, Mariana tuvo la iniciativa de agregarse al negocio de su hija como una manera de distraerse y contribuir con ingresos extras a la economía familiar, así es que se instaló en un tianguis y muy pronto en otros dos, pues las ventas eran buenas.

En el año 2000, Alberto decidió aceptar la invitación de un familiar para ir a trabajar como pintor de muebles a Houston, Texas. Gracias a que logró tramitar una visa, y después de haber cerrado su negocio de carpintería, cruzó la frontera legalmente con la perspectiva de quedarse a residir en Estados Unidos aún y cuando la visa venciera. No obstante, el plan no resultó y Alberto debió regresar a Monterrey. Ya sin su negocio, lo más fácil fue integrarse a la venta de corsetería usada en el tianguis, acompañando a Martha, y compartiendo una parte de la organización del comercio con Mónica aún no emigrada.

Mientras la pareja siguió en el comercio, en 2006 Mónica emigró a Estados Unidos. Su esposo, un mecánico de coches, fue animado por sus propios padres para emigrar, pues son residentes en Estados Unidos. Las expectativas para que la pareja se instalara en Estados Unidos fueron tales que Martha y Alberto pusieron a nombre de su yerno uno de los locales dentro de un tianguis, lo inscribieron en una unión de comerciantes, y pidieron una constancia para ayudarlo a tramitar la visa.⁵ Una vez que la consiguió, la pareja emigró utilizando sus visas de turistas. Ya en Estados Unidos, Mónica se dedicó al comercio a través de las ventas de garaje y los flea market.

Con respecto a la organización del negocio, al inicio Martha se abastecía de corsetería usada a través del intermediario contactado por Mónica, pero muy pronto aprendió que otros comerciantes conseguían mejores

⁴ Se conoce con el nombre de “paca” o “ropa de paca” a la ropa usada proveniente de Estados Unidos y que está empaquetada en bultos de aproximadamente 50 kilogramos. Sobre esta economía puede ser consultado el trabajo de Sandoval (2022).

⁵ Para tramitar una visa ante el gobierno de Estados Unidos, uno de los requisitos es demostrar que se cuenta con un trabajo fijo y constante en México, lo cual se considera una señal de que la persona no pretende ir a trabajar a Estados Unidos. Para ello, las uniones de comerciantes que controlan los tianguis, emiten cartas que hacen constar que los comerciantes son propietarios de uno o varios puestos en los mercados, y hacen referencia a la antigüedad que se tiene como miembro de la unión (Sandoval, 2022).

prendas y más económicas no a través de las pacas, sino en almacenes ubicados en Houston, Texas. Cuando Mónica emigró a Houston, la pareja inmediatamente comenzó a hacer viajes a esa ciudad para abastecerse de mercancías, pues ahora tenían la ventaja de poderse hospedar con su hija, y una vez que ella contó con un vehículo, los pudo transportar a las bodegas de ropa usada para conseguir lo que buscaban.

Ejemplo 2

Aurora es una mujer que ronda los 60 años. Tiene una hija que recién egresó de la universidad. Cuando Aurora concluyó sus estudios en cosmetología, tuvo varios empleos eventuales que combinó con aquella actividad; además, desde “siempre” ha vendido productos de manera informal. Después de divorciarse y pasar algunas complicaciones económicas, encontró en la venta en el tianguis la estabilidad económica que necesitaba.

Aurora es del sur del país, y después de estar varios años en la ciudad de México, a invitación de unas amistades emigró a Monterrey en busca de mejores oportunidades de trabajo en el sector formal, algo que en realidad no sucedió, así es que volvió a hacer algo que ya estaba haciendo en la ciudad de México: vender perfumes ofreciéndolos a amistades o empleadas de oficinas a las cuales acudía solo con la finalidad de vender. Preocupada por el futuro de su hija y por los problemas que comenzaba a tener con su pareja, Aurora escuchó el consejo de una amistad regiomontana: “deberías ponerte a vender en un mercado”. Entonces acudió a algunos mercados para observar la dinámica de venta. Aprovechó sus habilidades de buena conversadora para enterarse de algunos detalles sobre la manera en que los comerciantes se organizan, y entonces pensó en su prima Liliana (en realidad es una buena amiga y paisana, pero para Aurora es como una prima), radicada en el pueblo fronterizo de Roma, Texas.

Liliana hospedó a Aurora durante una semana y la ayudó a visitar las principales tiendas en la frontera. Después de ese primer viaje, Aurora se instaló en un tianguis muy cercano a su casa. El éxito en las ventas hizo que Aurora tomara la decisión de dedicarse de tiempo completo a la venta en el tianguis. Por recomendación de su prima Liliana, Aurora se fue especializando en la “despensa americana”, es decir, en la venta de alimentos enlatados y enceres para el hogar, por ejemplo, café, té, azúcar dietética, jabones, cremas corporales, secadores, saleros; y pequeños enseres como tostadores, ventiladores de escritorio, separadores, y un largo etcétera que varía conforme el calendario avanza: detalles para el día del amor y la amistad, el niño, las madres, y demás. Todo traído desde los almacenes mayoristas de venta de mercancía general en la frontera de Texas.

Durante más de 15 años, Aurora hizo viajes semanales a la frontera texana. Ahí se hospedaba con su prima, y cuando esto no era posible, hacía viajes de ida y vuelta el mismo día, pero dejaba artículos almacenados en casa de su prima para no tener problemas “en la pasada”. Esto último quiere decir que Aurora debía cuidar que el exceso de mercancías que ingresaba sin declarar no fuera demasiado a criterio del empleado aduanal que eventualmente revisaría la cajuela del vehículo. En caso de que esto sucediera, Aurora tenía ya lista una cantidad de dólares (5, 10, 20) para negociar el “permiso”. Cuando Aurora hacía viajes en autobús, la cuota era fija: “5 dólares por pasajero, para que no revisaran la mercancía”, me dijo.

Con el paso del tiempo, Aurora se hizo de clientes y hasta amistades, principalmente mujeres, a quienes fue ofreciendo créditos con abonos semanales. Además, conforme fueron cambiando las formas de consumo, las clientas de Aurora llegaban a su puesto en el tianguis a mostrarle los productos que habían encontrado por internet y que querían que ella les surtiera en su próximo viaje a Texas. Así, Aurora hacía el viaje y buscaba el artículo en la tienda señalada, y lo traía a cambio de una cuota por el transporte. Cuando era necesario ahorrar tiempo, podía pedir a su prima que lo comprara, y al llegar a Texas, Aurora reembolsaba el pago y su prima le daba las mercancías.

Una vez que el negocio de Aurora se consolidó, se hicieron más frecuentes los viajes de ida y vuelta sin hospedaje en casa de Liliana. Lo que nunca dejó de suceder fue el almacenaje en casa de la prima texana; y cuando ésta viajaba a Monterrey, siempre Aurora aprovechaba para que su prima le trajera algunos artículos para la venta en el tianguis.

Desde el año 2022, Aurora tuvo que dejar de hacer los viajes pues tuvo problemas con las autoridades migratorias en Estados Unidos, siendo esto una clara señal de cómo el funcionamiento simultáneo de las prácticas transnacionales se mantiene dependiente de un hecho político, jurídico, contundente, real y concreto, la frontera como instrumento de control del Estado-nación (Sandoval, 2012).

Ejemplo 3

Al conversar con algunos comerciantes durante mis recorridos por los tianguis de Monterrey, algunos me comentaron que en realidad vivían en Texas. Así, me encontré a un hombre de unos 70 años, Javier, que me comentó que había emigrado a Houston muchos años atrás, y que ahora, al ya no tener un trabajo fijo en Estados Unidos, venía una vez al mes y se instalaba en el tianguis. Lo hacía en ese tianguis en particular pues está en la misma colonia en donde vive su hermana. El puesto, de hecho, se encuentra a unos cuantos metros de la casa, así es que José cuenta con el apoyo de su hermana para almacenar las mercancías y todo lo que se necesita para la instalación. Algo similar hace Ernesto, de unos 60 años. Él radica en San Antonio, pero desde hace décadas se dedica a hacer viajes semanales a Monterrey trayendo y llevando artículos que las personas intercambian entre sí (alimentos enlatados, dinero, ropa, juguetes, recuerdos familiares, entre muchos otros), así como transportando “abuelitas” que van a pasar una temporada con sus nietos al otro lado de la frontera. Ernesto tiene casa en San Antonio y en Monterrey. En su casa de San Antonio vive su familia nuclear, y en su casa de Monterrey vive su hermana con su familia nuclear. Cada viernes por la noche, Ernesto llega a Monterrey desde San Antonio. El sábado se dedica a repartir todos los encargos que la gente de San Antonio envió hacia el sur, y a recoger los envíos que irán el lunes hacia el norte. El domingo, se instala en el tianguis de su colonia y vende las mercancías (baratijas) que él adquirió y trajo desde Texas.

Un caso que conocí con mayor profundidad es el de José, un hombre de 63 años emigrado a California cuando aún era un niño. A lo largo de su vida, José nunca dejó de visitar Monterrey, e incluso vivió en alguna temporada con su abuela en esta ciudad. En Estados Unidos ha vivido en varias ciudades hasta que finalmente se instaló primero en Galveston, Texas, y luego en McAllen. Esta ubicación facilitó aún más sus constantes viajes a Monterrey, en donde siempre ha tenido familia y amigos, y en donde conoció a la mujer con la que se casó y con la que se instaló en la frontera texana.

Entre los muchos trabajos que José ha tenido en Estados Unidos, hubo uno que lo orientó hacia el comercio en el tianguis. José trabajó en una compañía que demolía casas, y una de sus labores consistía en vaciar los inmuebles. Haciendo eso, se fue encontrando con objetos abandonados, y entre ellos muchos pequeños juguetes (muñecos) que fue coleccionando. En sus visitas a Monterrey y a través de sus amistades se dio cuenta que estos muñecos eran muy codiciados entre los coleccionistas, y que en los tianguis era muy común encontrar estos muñecos en venta. Así, José se interesó en iniciar la venta de muñecos de colección, pues vio que, al estar él en Estados Unidos, tenía acceso a precios muy económicos que le permitían revender en México a precios muy competitivos y generar ganancias. Además, esta fue una forma divertida de pasar el tiempo en Monterrey, conociendo gente interesada en los muñecos, y paseando en los tianguis. De acuerdo con José, hay muchos vendedores de muñecos de colección en Monterrey: “Pero yo les llevo ventaja porque yo vengo de allá [Estados Unidos]. No pueden con mis precios”. Con el tiempo José fue conociendo lugares en donde podía comprar estos muñecos en Texas, y llegó a comprar dos puestos en el mercado, y distribuyó algunos muñecos con otros vendedores a los cuales les daba una comisión por vender estos juguetes entre

semana, cuando él está en McAllen. En Monterrey, José se sigue hospedando en la casa que fue de su abuela, ahora habitada por otros parientes.

REFLEXIÓN FINAL

Los ejemplos presentados en la sección anterior muestran la organización transnacional a partir de la cual algunos comerciantes de Monterrey suelen hacer funcionar su negocio. Esta organización se basa en relaciones sostenidas de manera permanente más allá de las fronteras nacionales. En el marco de su pertenencia a estas formas transnacionales de habitar la ciudad, los comerciantes de los tianguis de Monterrey lo mismo pueden pertenecer a una unión de comerciantes con fuertes rasgos clientelares; participar de prácticas “corruptas” en la línea fronteriza; y viajar a Houston, Texas, para hacer consumo en almacenes mayoristas que les surten de los saldos que las grandes cadenas minoristas de aquel país desechan; y aún más, regatear en esos almacenes con revendedores de origen pakistaní el precio de una “paca” de ropa o una “pallet” de saldos de Walmart. Todo esto muestra una serie de conocimientos acumulados y de relaciones sólidas y constantes que, por lo mismo, apuntalan ese espacio social al cual aquí he llamado “ciudad transnacional”.

Los comerciantes de Monterrey, convertidos en “urbanitas transnacionales” (Besserer y Nieto, 2015), conectan “desde abajo” a la ciudad de Monterrey con cadenas globales de suministro de mercancías, y las ponen a disposición de consumidores de diversos sectores sociales. Al hacerlo, reproducen vínculos sociales que suelen ser ignorados al hablar en términos hegemónicos de la ciudad de Monterrey como la capital industrial de México, o como una de las ciudades más modernas y, estereotípicamente, articuladas con el modo de vida norteamericano (consumista, moderno, financiero, dominante del idioma inglés y la lógica del emprendurismo y la gran empresa). Los comerciantes de Monterrey crean y reproducen vínculos, estrategias y formas de vida a partir de sus recursos sociales, y no de una mera relación de dependencia hacia el capitalismo global. Estas prácticas suceden no en contraposición a la lógica de la globalización, sino con ella.

En el marco de la imagen general que se tiene de Monterrey a nivel nacional e internacional, como una ciudad empresarial, competitiva, en donde la riqueza, la opulencia y el espíritu emprendedor predominan, este artículo aporta conocimiento para contrastar a la “ciudad global” de Monterrey, con la “ciudad transnacional”.

BIBLIOGRAFÍA

- ABÉLÈ, M. (2011): “Le portrait comme opérateur ethnographique: l’écriture et la vie (politique)”, en J. Mas-sard-Vincent, S. Camelin y C. Jungen (eds.), *Le portrait, une proposition anthropologique*, París, Éditions Petra; pp. 175-192.
- ARIZA, M. (2002): “Migración, familia y transnacionalidad en el contexto de la globalización: algunos puntos de referencia”, *Revista Mexicana de Sociología*, vol. 64:53-84.
- BESSERER, F. y OLIVER, D. (2014): “La ciudad transnacional”, en F. Besserer y D. Oliver (eds.), *Ensamblando la ciudad transnacional*, Ciudad de México, UAM/Juan Pablos Editores; pp. 13-42.
- BESSERER, F. y NIETO, R. (2015): “La ciudad transnacional comparada: derroteros conceptuales”, en F. Besserer y R. Nieto (coords.), *La ciudad transnacional comparada. Modos de vida, gubernamentalidad y desposesión*, México, UAM, CONACYT, Juan Pablos Editores; pp. 15-47.
- CERUTTI, M. y GONZÁLEZ QUIROGA, M. A. (eds.) (1999), *Frontera e historia económica. Texas y el norte de México (1850-1865)*, México, UAM.
- GARDUÑO, E. (2003): “Antropología de la frontera, la migración y los procesos transnacionales”, *Frontera Norte*, 15:65 – 89.
- GORDON, M., RIBEIRO, G. L. y ALBA VEGA, C. (eds.) (2012), *The World’s Other Economy*, Londres, Routledge.
- HERNÁNDEZ-LEÓN, R. (2008), *Metropolitan Migrants. The migration of Urban Mexicans to the United States*, Los Ángeles, University of California Press.
- HIBOU, B. (2015): “El delito económico y los modos neoliberales de gobierno: el ejemplo de la región mediterránea”, *Revista colombiana de antropología*, vol. 51, núm. 1:161-189.
- INEGI (INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA), (2020): “Resultados de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. Cifras durante el primer trimestre de 2017, Aguascalientes, INEGI, consultado el 17 de mayo de 2017”, obtenido de: http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2017/enoe_ie/enoe_ie2017_05.pdf
- MARCUS, G. (2001): “Etnografía en/del Sistema mundo. El surgimiento de la etnografía multilocal”, *Alteridades*, 11:111-127.
- PERALDI, M. (2001): “Introduction”, en M. PERALDI (dir.), *Cabas et containers. Activités marchandes informelles et réseaux migrants transfrontaliers*, París, Maisonneuve & Larose, MMSH, pp. 7-32.
- PORTES, A., GUARNIZO, L., y LANDOLT, P. (coords.) (2003), *La globalización desde abajo: transnacionalismo inmigrante y desarrollo. La experiencia de Estados Unidos y América Latina*, México, Flacso, Miguel Ángel Porrúa.
- RIBEIRO, G. L. (2008): “El sistema mundial no-hegemónico y la globalización popular”, *Alambre / Comunicación, Información, Cultura*, 1 (consultada en abril del 2008 en: <http://www.revistaalambre.com/Articulos/ArticuloMuestra.asp?Id=7>).

- SADLER, L. R. (2000): “Las dinámicas históricas del contrabando en la región fronteriza de Estados Unidos – México, 1550 – 1998. Reflexiones sobre los mercados, la cultura y las burocracias”, en J. Bailey y R. Godson (eds.), *Crimen organizado y gobernabilidad democrática. México y la franja fronteriza*, México, Grijalbo; pp. 227-249.
- SANDOVAL, E. (2022), *Entre chácharas y ropa usada. Procesos globalizador y comercio de fayuca en la frontera de Texas y los tianguis de Monterrey*, México, CIESAS.
- SANDOVAL, E. (2022b): “Ganar ‘clientes’ y gestionar favores. Delegados sindicales en tianguis de Monterrey”, *Estudios Sociológicos*, XL:187-211.
- SANDOVAL, E. (2012), *Infraestructuras transfronterizas. Etnografía de itinerarios en el espacio social Monterrey – San Antonio*, México, CIESAS – EL COLEF.
- TARRIUS, A. (2002), *La mondialisation par le bas. Les nouveaux nomades de l'économie souterraine*, París, Éditions Balland.
- TARRIUS, A. (1995): “Naissance d'une colonie: un comptoir commercial à Marseille”, *Revue Européenne des Migrations Internationales*, 11:21-52.
- ZÚÑIGA, V. y SÁNCHEZ, A. (2010): “Familia y migración internacional en el Área Metropolitana de Monterrey: constantes y variables en los últimos 40 años”, en L. Palacios (ed.), *Cuando México enfrenta la globalización. Permanencias y cambios en el Área Metropolitana de Monterrey*, Monterrey, UANL; pp. 249-269.