

# Miradas de Monterrey hacia el siglo XXI

José Mauricio Argüelles Pérez y Leticia Ivonne López Villarreal\*

Gabarrot, M y A. Fouquet (coords.) (2010). *Miradas de Monterrey hacia el siglo XXI*. Monterrey, México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey

El libro *Miradas de Monterrey hacia el siglo XXI* presenta la construcción del espacio social desde diferentes perspectivas y dentro de un mismo espacio territorial llamado Monterrey. En esta ciudad interactúan diversos actores sociales como constructores del espacio y cada uno aporta una dimensión simbólica diferente para su construcción. Los actores que se presentan a lo largo del libro son: las organizaciones no gubernamentales, los museos, los comerciantes informales, las mujeres en la política, los empresarios y los escritores.

*Miradas de Monterrey hacia el siglo XXI* es un texto que compila seis capítulos, los cuales se dividen en dos secciones. La primera sección está relacionada con la acción colectiva y la segunda trata la construcción de significados. En ambas hay un análisis de los espacios sociales dentro de la ciudad de Monterrey. Los temas son muy diversos y se relacionan con la construcción del espacio social de la ciudad: desde la sociedad civil, la participación de la mujer en la política (que aunque escasa, ha sido trascendente), el comercio de la “fayuca”, el retrato de la sociedad en la literatura contemporánea y el papel de las instituciones que promueven la cultura e historia de Monterrey.

En “Sociedad Civil y desarrollo de las Organizaciones No Gubernamentales”, Krista Brumley escribe sobre la acción colectiva de las Organizaciones No Gubernamentales (ONG), llamadas en la actualidad Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC). Para Brumley, estos organismos han tenido el papel de transformadores o estabilizadores del sistema político pues han contribuido al cambio de la estructura y organización social de la ciudad.

---

\* Estudiantes del Doctorado en Ciencias Sociales del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Monterrey. [arguellesperez@yahoo.com](mailto:arguellesperez@yahoo.com), [letyflorencia@yahoo.com.mx](mailto:letyflorencia@yahoo.com.mx)

Sin embargo, estos organismos (que no forman parte del gobierno, ni del sector empresarial) no sólo tienen participación en los procesos de la política de Monterrey, como lo enfatiza la autora, sino que algunos contribuyen directamente a lograr cambios de la estructura social sin la intervención del Estado. Aunque estamos de acuerdo con la autora en que el campo político todavía está ocupado por los representantes de los antiguos movimientos sociales, también consideramos que se han incrementado las intervenciones independientes de los instrumentos gubernamentales que impactan en la estructura social.

Brumley menciona también que la mayoría de las organizaciones se interesan en propiciar un cambio en la estructura social o en ser una forma alternativa de organización social. Lo anterior desde una dimensión local de intervención colectiva. Como principal resultado la autora comenta que las organizaciones que participan en la política lo hacen de forma inconsistente e invisible, ya que se enfocan en soluciones individuales y no colectivas. Sin embargo, tienen el potencial para convertirse en importantes actores sociales de la transición democrática, debido a que facilitan la participación ciudadana en el proceso político.

Efrén Sandoval nos presenta un panorama sobre el negocio de la fayuca y las implicaciones sociales de su trabajo, "Lugares y actores sociales en el comercio de la fayuca en el Área metropolitana de Monterrey". Sandoval considera como "fayuqueros" a los comerciantes que compran mercancías a pequeña escala en Estados Unidos y la ofrecen en México a precios bajos o con facilidades de pago, un negocio en el que, además, son muy importantes los contactos directos tanto con proveedores, como con fleteros, clientes y autoridades. Sandoval ofrece un enfoque social que enriquece la perspectiva puramente económica utilizada por la mayoría de los estudios que abordan el tema. Además, manifiesta que con el negocio de la fayuca se crea un espacio social que va más allá de los flujos entre Monterrey y Estados Unidos (Texas, específicamente).

Este capítulo es parte de un trabajo más amplio que Sandoval lleva tiempo haciendo y que en este libro nos presenta como una sistematización de la información que ha recabado en su trabajo de campo. Su enfoque es el de la antropología económica y en sus métodos de recolección de información emplea tanto entrevistas en profundidad y semiestructuradas como observación participante, en las cuales destaca su participación en viajes al Valle de Texas para acompañar a sus informantes. Se puede decir que lo más destacado de este trabajo es el sistema de clasificación de los fayuqueros, así como la presentación de la red que hace posible el negocio

de la fayuca. En esta red están involucrados personajes sindicales, agentes aduanales, tiendas departamentales y “fleteros”, quienes crean junto con los fayuqueros el espacio social de la fayuca entre Texas y Monterrey. Sandoval presenta, asimismo, descripciones de experiencias de sus informantes, lo cual da bastante vivacidad a su trabajo. Finalmente, son sus enfoques local-transfronterizo y cultural los que brindan al lector un panorama enriquecedor del tema: para entender el espacio social del negocio de la fayuca hacen falta explicaciones sociales, políticas y de significados culturales, por lo cual no sólo es importante el contexto local sino también el global.

En “El liderazgo político de la mujer: Monterrey en el contexto nacional e internacional”, Mariana Gabarrot y Teresa Almaguer presentan un análisis conceptual del espacio público y privado que ha ocupado la mujer a través del tiempo en un contexto global y local. Además, las autoras analizan el concepto de Burns sobre el liderazgo transformativo de la mujer dentro de la política. Este concepto contiene una relación entre líderes y seguidores de estimulación y elevación mutuas que convierte a los seguidores en líderes y a los líderes en agentes morales. Para Gabarrot y Almaguer, las mujeres tienen el potencial para asumir este tipo de liderazgo por sus habilidades sociales y trabajo cooperativo, ya que tienen la aptitud para asumir un rol más relevante tanto en la política como en los asuntos públicos.

Las investigadoras realizan también una descripción histórica y estadística de la participación de la mujer en la política de México, desde la obtención del derecho al voto hasta su participación en cargos públicos. Un resultado interesante es que en México en cuanto menos poder tenga un funcionario, más posibilidades existen de que este puesto esté siendo ocupado por una mujer. De esta manera, cuanto más se aproxima el análisis de los puestos públicos a lo local, el poder disminuye y por lo tanto la proporción de mujeres aumenta. Según los datos estadísticos presentados por las investigadoras, los altos porcentajes de participación política de la mujer a nivel federal, se concentran en la parte inferior del escalafón, como lo son los cabildos, en donde Monterrey tiene el primer lugar a nivel municipal.

En “Análisis de la ideología empresarial regiomontana. Un acercamiento a partir del periódico *El Norte*”, Cintia Smith, Nancy García y David Pérez nos ofrecen los resultados de una investigación sobre el papel que ha tenido el periódico *El Norte* en la reproducción de la ideología empresarial de Monterrey. Su método estuvo basado en un análisis de contenido de

una muestra representativa de periódicos. Los investigadores parten de una descripción del contexto histórico de cómo se formaron las grandes empresas regiomontanas. También nos ofrecen una breve pero sustancial historia de la consolidación de la clase empresarial en Monterrey y de cómo, en las épocas de estatismo y tendencia socialista del gobierno federal, los empresarios regiomontanos estuvieron en pugna con los presidentes en turno por la tendencia de libre mercado y conservadurismo de dichos empresarios. Es clave aquí la formación también de una cultura obrera basada en el trabajo y el ahorro, para lo cual los empresarios de la capital neoleonesa crearon un modelo de protección al trabajador, sustentado en los principios de la justicia social. Esta consolidación de la cultura empresarial y obrera regiomontana no se habría dado sin este modelo de protección social que garantizaba a los trabajadores beneficios superiores a los que se señalaban por la política laboral del gobierno. No obstante, también habría sido clave para este maridaje entre cultura empresarial y cultura obrera el apoyo de medios de comunicación masivos como el periódico *El Norte*.

Los autores señalan que a partir de la época de la implantación del modelo neoliberal y la apertura comercial, los intereses de los empresarios regiomontanos y el gobierno federal en turno coinciden en cuanto a la ideología. Sin embargo, el análisis de la reproducción de la ideología sigue siendo válido en la época neoliberal: *El Norte* seguiría reforzando en la conciencia colectiva los valores del trabajo y el ahorro, pero sustentados en la flexibilidad laboral y en el ambiente de competencia internacional. Según los hallazgos de los autores, *El Norte* reproduce en la actualidad valores que tienden a la aceptación de la libertad de empresa y a denostar la ineficiencia del gobierno, aunque el modelo de protección empresarial al trabajador se ha suplido por una ideología de progreso material basado en el individualismo.

En “La ciudad de Monterrey como ficción literaria”, Nora Guzmán nos ofrece un análisis literario de la novela de Eduardo Antonio Parra, *Nostalgia de la sombra*. La mirada de Nora Guzmán va en el sentido de cómo la literatura norestense refleja los efectos de la globalización en nuestras sociedades. Aquí son importantes, en el caso de Monterrey, los temas de la cercanía con la frontera, y los efectos del modelo económico neoliberal. Asimismo, para Nora Guzmán *Nostalgia de la sombra* presenta un Monterrey con las grandes asimetrías sociales que le son características, a las cuales se suma el germen de la violencia producto de la exclusión y pobreza, que el narcotráfico ha venido a explotar para su beneficio.

En Monterrey, dice Guzmán, no sólo lo global ha transformado lo nacional, sino que también ha habido un resquebrajamiento de las identidades, representado por el derrumbe de la imagen próspera y boyante de esta ciudad industrial que es tomada ahora por las redes del crimen organizado. Al aludir a la hiperrealidad vivida por los personajes centrales de la novela, en la cual abundan las situaciones de violencia, la precariedad de la clase media baja, la falta de oportunidades para los profesionistas, los lugares y paisajes del Monterrey actual, así como el calor, Guzmán nos invita a valorar la obra de Parra más para entender la realidad regiomontana y del noreste que como mero ejercicio de entretenimiento.

Juan Paul Farías, en “Los museos y las construcciones discursivas de la marca ‘Monterrey’” analiza el concepto de *place branding* de Anholt, para quien este término alude a la práctica de aplicar las estrategias de marcas y otras técnicas de la mercadotecnia para beneficio del desarrollo económico, social, político y cultural de las regiones, ciudades y países. El análisis gira en torno a Monterrey en donde el afán de atraer inversionistas, capital humano y conquistar nuevos mercados, llevan a pensar en que la ciudad ostenta en sí misma una marca. Farías considera lo anterior como un fenómeno social. La marca de una ciudad se forma y construye en el mundo de los individuos y grupos sociales, mediante la interacción de diferentes actores sociales: empresarios, medios de comunicación, etc. Entrarían también aquí los museos, objeto de estudio de esta investigación.

El autor analiza el discurso e imagen de tres museos de la ciudad para identificar su función en la construcción de la marca Monterrey. Como resultado de la marca formada a lo largo del tiempo, la ciudad ha sido llamada en los últimos años: “La Sultana del Norte”, “Ciudad de las Montañas” y más recientemente “Ciudad Internacional del Conocimiento” y “Nuevo Monterrey”. Farías consideró como unidad de análisis la arquitectura y las exposiciones de tres museos: Museo de Arte Contemporáneo (MARCO), Museo del Noreste (MUNE) y el Museo del Acero Horno<sup>3</sup>. El principal resultado del investigador es que los museos han ofrecido un discurso de modernidad, educación, historia de la región, ciencia, tecnología e industrialización. El autor ofrece la oportunidad de conocer este patrimonio cultural desde la hermenéutica objetiva, que nos permite comprender otra función de los museos, además de la promoción del arte y la cultura en Monterrey.

En general, el libro presenta el espacio como un producto social, así como un objeto complejo y polifacético: lo que la sociedad materialmente

crea y recrea; una representación social, además de ser un proyecto en el que participan individuos, grupos sociales, instituciones, relaciones sociales, con sus propias representaciones o dimensiones simbólicas. Monterrey se nos ofrece en el texto como un espacio a través de un discurso socialmente construido, que mediatiza al mismo tiempo que construye prácticas sociales. La “Ciudad de las Montañas” es un producto social porque sólo existe a través de la existencia y reproducción de la sociedad.

