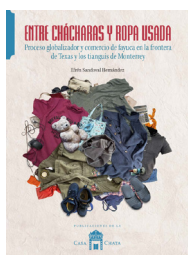


## Reseña




### *Entre chácharas y ropa usada, proceso globalizador y comercio de fayuca en la frontera de Texas y los tianguis de Monterrey*

Efrén Sandoval Hernández (2022). México: CIESAS/  
Publicaciones de La Casa Chata, 446 páginas

**Víctor Zúñiga**

Facultad de Derecho y Criminología  
Universidad Autónoma de Nuevo León  
San Nicolás de los Garza, Nuevo León, México

 <http://orcid.org/0000-0003-1486-7951>  
[victor.zuniga@uanl.edu.mx](mailto:victor.zuniga@uanl.edu.mx)

*Esta reseña tiene como principal motivación festejar la publicación de Entre chácharas y ropa usada de Efrén Sandoval Hernández, un autor cuya producción he seguido especialmente por su constante interés en las industrias de la migración y en el estudio de una región singular en la que confluyen el noreste de México y el suroriente del estado de Texas, una que atrae a historiadores y antropólogos por igual desde hace varias décadas.*

*Entre chácharas y ropa usada* da para muchas conversaciones y discusiones. Es el fruto de una investigación detallada. Por tal motivo, en



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.  
Reconocimiento-No Comercial-Sin Obra Derivada 4.0 Internacional.

aras a cumplir con las normas de espacio asignadas para una reseña en *Estudios Sociológicos*, me di a la tarea de seleccionar tres contribuciones del libro que hablan de su valor para, luego, rematar con una breve nota crítica. Considero que este ejercicio puede contribuir a multiplicar los lectores de esta valiosa investigación.

### *Empiezo con la primera contribución*

Efrén Sandoval estudia los mercaditos de la zona metropolitana de Monterrey y lo que está en torno a ellos, especialmente la *fayuca* proveniente del Valle de Texas. Así las cosas, justo antes de terminar el libro (p. 415) le surge la vena antropológica y afirma que uno de los principales aportes de su libro es contribuir “en algún grado en [hacer] la historia de los sin historia”, idea que toma de Eric Wolf (1987), en su multicitado libro *Europa y la gente sin historia*. Esto viene a cuento porque en repetidas ocasiones a lo largo del libro, Efrén describe, analiza, las distintas formas como los mercaditos, en general, y la *fayuca*, en particular, son dos prácticas sociales desacreditadas por la sociedad de Nuevo León. Esa estigmatización, de manera muy esperable, contraría a Efrén y, por ello, remata el libro con una especie de reivindicación al afirmar que busca dar la voz a los estigmatizados que, por serlo, nunca aparecerán en las historias dominantes de esta ciudad afamada por ser la sede de empresas globales exitosas.

El argumento esgrimido en el libro es muy bueno porque entre los imaginarios sobre la sociedad de Monterrey –digo Monterrey para agilizar la presentación, porque en realidad es la sociedad de San Nicolás, Santa Catarina, Guadalupe, entre otras–. Así, entre los imaginarios de esta ciudad/sociedad/historia regiomontana no están los mercaditos y menos la *fayuca*. Es parte de la naturaleza de los imaginarios que éstos, conviene recordarlo, no se forjan espontáneamente, menos se imponen de manera pacífica. La construcción de imaginarios está en manos de los empresarios de imaginarios (partidos políticos, gobernantes, medios de comunicación, iglesias, etc.), quienes tienen el poder de elaborarlos, robustecerlos, argumentarlos y luego distribuirlos, legitimarlos y reproducirlos. Sobre Monterrey, desde luego, no hay un solo imaginario puesto que no es una sociedad monolítica carente de fisuras y pugnas. Pero entre

los imaginarios que existan, desde luego que no están los mercaditos, las chácharas, la fayuca y las pacas de ropa usada. Lo que Efrén demuestra es que las chiveras son personajes imprescindibles para comprender la sociedad de Monterrey, que la sociedad de Nuevo León, como fronteriza que es, participa inevitablemente del contrabando, que los aduanales se cuentan entre las figuras más odiadas por esta sociedad. El libro presenta las evidencias para afirmar todo esto y más.

En ese conjunto de evidencias se encuentra la primera contribución que deseo destacar: muchos lectores del libro descubrirán un Monterrey que no se imaginaban. Aun los que dicen conocer muy bien esta ciudad, van a estar invitados a incorporar una nueva fisonomía de ésta. Se dirán a sí mismos: “Aquí hay una investigación que nos muestra un componente extraordinariamente importante de una de las ciudades más importantes de México”. ¡Mil mercaditos es la estimación que hicieron Efrén y sus colaboradores! Nota al paso: si esta antropología de los mercaditos se hubiese hecho en la Ciudad de México y su zona metropolitana, y el hipotético autor estimara que hay 7 500 mercaditos, creo que a nadie sorprendería. En el imaginario sobre la Ciudad de México pareciera que está muy claramente incorporada la imagen de que es una ciudad de miles de tianguis. No así Monterrey. Ésta es pues una valiosa contribución de *Entre chácharas*. Esta obra, pronostico, se convertirá en una referencia obligada para quienes se interesen en conocer en serio esta ciudad.

#### *Procedo ahora con la segunda contribución que decidí destacar*

El proyecto de investigación que permitió la escritura y publicación de *Entre chácharas* tuvo, según mis cuentas, una duración de 20 años –aunque en ninguna parte del libro Efrén lo presume–. Una investigación de dos décadas hace posible abordar de manera exhaustiva el fenómeno. Bueno, hay que decir, de manera casi exhaustiva, porque siempre quedarán dimensiones que no fueron abordadas. Aquilaten ustedes la exhaustividad: en el libro se da cuenta de las singularidades de las pacas que se arman en Nueva York, a diferencia de las que se empaacan en Los Ángeles; se relata la forma como se empaqueta la ropa, cómo se consigue, cómo se resguardan en bodegas, cómo se distribuyen, quienes participan en este inmenso comercio (en el que, por cierto, los asiáticos tienen un

papel protagónico). Se nos informa cómo pasan estas mercancías por la frontera, qué transporte se usa, quiénes participan en tales andanzas; es decir, se define con precisión quiénes son los fayuqueros y quiénes las chiveras. Se nos explica el papel preponderante que cumple Walmart en este fenómeno, pero también cómo los chinos inventaron el contenedor como medida universal de los intercambios comerciales. Se ofrece al lector una historia de la llegada de estas mercancías a Monterrey y luego una reseña historiográfica de los mercaditos en la ciudad en sus diferentes variantes: los puesteros, los de la calle Colegio Civil, los de las pulgas, los del Mercado Campesino, etc. Se explica con precisión y de manera reiterada el papel que juega la geografía de las familias para facilitar este comercio: unos miembros de la familia están en Texas o en Arizona, otros, en Nuevo Laredo y otros más, desde luego en Nuevo León. Tal distribución territorial facilita todo el movimiento, al grado de que Efrén afirma que las cuentas oficiales que se hacen sobre las remesas obvian una aportación importante de las familias asentadas en Estados Unidos para las economías de sus parientes, vía las aportaciones al comercio de ropa, chácharas, juguetes, joyería y otras monerías que se venden o intercambian en los mercaditos de Monterrey. Todos estos procesos que, vinculados entre sí, materializan lo que se ha venido denominando *globalización desde abajo* (Alba Vega; Lins Ribeiro, & Mathews, 2015).

Las descripciones de las diversas modalidades de adquisición de tales mercancías en el Valle de Texas resultan particularmente atractivas y, sin temor a equivocarme, constituyen el estudio pionero en el campo. Ignoro si algún especialista texano haya realizado un trabajo tan preciso y amplio. El libro termina al abordar el tema de los consumidores y se hace preguntas muy interesantes sobre ellos, bueno, más bien sobre ellas, porque, para sorpresa mía, la gran mayoría de las personas que acuden a los mercaditos en Monterrey son mujeres. Algo así como si los mercaditos fueran cosa de mujeres, el mundo de las mujeres.

Así, Efrén nos ofrece un estudio que abarca casi exhaustivamente el proceso comercial que le interesa, a la vez que hace una antropología del fenómeno en su conjunto, e intenta abarcar el conjunto.

*La tercera de las contribuciones*

En el libro encontramos abundante material empírico que frecuentemente está acompañado de anotaciones de carácter teórico. Esto es, no es que un capítulo del libro —a la sazón, el capítulo 1 La fayuca del siglo XXI— haga las veces de marco teórico y busque abarcar la totalidad de las cosechas empíricas que se presentan en los demás capítulos, sino que en cada capítulo se retoma una discusión de carácter conceptual. En particular el capítulo 7, Organización política de la economía de la fayuca, es ejemplar en tal sentido. Ahí se describe, con un detallado material etnográfico, la organización política que materializa a los mercaditos, pero a la vez se proponen nociones que recogen, albergan y dan sentido a todas esas prácticas políticas. Las más poderosas entre ellas son: clientelismo desde abajo (dicho sea de paso, Efrén hace una crítica muy pertinente a la forma como se utiliza el concepto de clientelismo), mercancías políticas, personalismo, lenguaje de la amistad, confianza mutua, etc. Con la ayuda de tales nociones podemos comprender hasta qué punto el Estado favorece la creación de agentes que merman la soberanía del Estado, que actúan por su cuenta y operan un poder ilegal que luego sirva al Estado. Son agentes que suplantán al Estado, al tiempo que lo refuerzan.

De esta forma, el capítulo 7 del libro es un estudio de la manera como se distribuye la dominación a lo largo y lo ancho de la geografía de la ciudad. Se controla el espacio, vía mercancías políticas como la extorsión, la renta de protección y la corrupción; el espacio urbano de verdad: metros cuadrados para vender en la vía pública.

La acotación “desde abajo” no es cosmética. El capítulo 7 demuestra que en realidad todas esas formas organizativas de la política vienen desde abajo. El poder no tiene tanto poder como para crearlas; se forjan desde abajo y sirven de mediadoras ante la dominación legal.

Con esto termina la presentación de las tres contribuciones del libro que seleccioné para esta reseña. Procedo ahora a incluir unas líneas críticas que sirvan de postre. Lo hago sin tener ninguna certeza de que mi punto de vista sea más fructífero que el que adoptó Efrén. Me refiero al abordaje hecho sobre el consumo, que lanza tres preguntas aparentemente atinadas en el capítulo 9 El consumo de la fayuca. Primera pregunta: ¿por qué la gente compra fayuca? Segunda: ¿por qué la gente va a los mercaditos? Y tercera: ¿por qué la gente compra ropa usada? Las preguntas

son pertinentes, pero su formulación quizá no es la más atinada. Como intentaré mostrarlo, la fórmula *por qué* conduce a la búsqueda de una racionalidad que quizá no haya, y ni tiene por qué haber.

Para responder a estas preguntas, Efrén recurrió a un instrumento de recabación de datos más típicamente sociológico: los grupos de enfoque con mujeres que suelen ir a los mercaditos. Fueron tres: uno de San Nicolás y dos de Guadalupe.

El punto central de mi crítica es que Efrén no escuchó a las mujeres, porque les hizo preguntas que para ellas no tenían mucho sentido. Sobre todo, al principio del capítulo 9, observé que Efrén busca una lógica del consumo y propone una explicación que cumpla los requisitos de eso, una racionalidad. Pero las entrevistadas no apuntan en esa dirección. Ellas hablan de aspectos lúdicos, estéticos, emocionales, litúrgicos, simbólicos que escapan a las lógicas económicas o políticas. Las entrevistadas ofrecen relatos muy precisos que daban pistas para el análisis: “desestresarme, porque hay mucha convivencia, mucha plática con las personas que conocemos y nos vamos a desestresar ahí”; “dónde fregados consigues algo así a ese precio [enfaticando el componente sorpresa]”; “a veces, aunque haya muchísimo frío o llueva, ahí estamos. Una vez que hizo un friazo, ahí estábamos...”; “mi hermana y yo nos acompañamos al mercadito y tenemos cuatro personas amigas con las que siempre vamos...”.

Efrén lo apunta en la página 379: al mercadito se va por tres motivos: uno, para conseguir mercancías más baratas; dos, para pasar un buen rato, para pasearse; tres, para comer rico. Pareciera que el primero es propiamente económico, pero no es así. Los relatos que ofrece Efrén de la compra de ropa usada, buscando y encontrando, descubriendo entre los montones de garras, disfrutando de texturas, colores, marcas, formas y estilos, no se pueden reducir a la lógica: “consigo algo más barato”. En la búsqueda hay un componente estético y lúdico que escapa a la racionalidad costo/beneficio. En fin, termino apuntando: los mercaditos parece que cumplen funciones lúdicas y estéticas, simbólicas y litúrgicas que son las que verdaderamente explican su permanencia, reproducción, dinámica y organización.

## Referencias

- Alba Vega, Carlos; Lins Ribeiro, Gustavo, & Mathews, Gordon (2015). *La globalización desde abajo. La otra economía mundial*. Ciudad de México: El Colegio de México/Fondo de Cultura Económica.
- Wolf, Eric (1987). *Europa y la gente sin historia*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.

## Acerca del autor de la reseña

**Víctor Zúñiga** es profesor de la Facultad de Derecho y Criminología, Universidad Autónoma de Nuevo León. Es doctor en sociología por la Universidad de París 8 y miembro del Sistema Nacional de Investigadores (nivel 3). Desde 2012 es director de la revista *TRACE* del Centro de Estudios Mexicanos y Centroamericanos (CEMCA). Coautor (con Silvia Giorguli) de *Niñas y niños en la migración de Estados Unidos a México: la generación 0.5* (El Colegio de México, 2019).

Sus publicaciones más recientes son:

1. Péquignot, Bruno; Pierre Tripier; Víctor Zúñiga, et Roland Pfefferkorn (2022). *Les sources de la sociologie*. Bruxelles: Éditions de l'Université de Bruxelles.
2. Carrillo Cantú, Eduardo, et Víctor Zúñiga (2022). Parcours scolaires fracturés des enfants migrant depuis les États-Unis vers le Mexique. En Baby-Collin, V. , et Souiah, F. (coords.), *Enfances et jeunesses en migration* (pp. 275-291). Paris: Éditions du Cavalier Bleu.