

MEMORIA Y CONFORMACIÓN HISTÓRICA DE UN ESPACIO SOCIAL  
PARA EL CONSUMO ENTRE EL NORESTE DE MÉXICO  
Y EL SUR DE TEXAS

Efrén Sandoval Hernández\*

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

En este trabajo se describe el proceso de conformación del espacio social transfronterizo noreste de México-sur de Texas. Dicho espacio está constituido por territorios, lugares y flujos de personas y objetos. El consumo ha sido un elemento fundamental para la constitución de este espacio social a través del sostentimiento de relaciones de intercambio y endeudamiento. A partir de testimonios orales de consumidores de diferentes épocas, se describe el proceso histórico de constitución del espacio. La discusión central se refiere a la importancia del consumo, los objetos y sus significados sociales para dar cohesión y continuidad a las relaciones, lugares y territorios que constituyen un espacio social.

(Consumo fronterizo, espacio social, Monterrey, sur de Texas)

## INTRODUCCIÓN

**E**l consumo fronterizo constata la conformación de un espacio social que se constituye a través de múltiples flujos de personas, objetos, mercancías, mensajes, dinero y actividades que suceden en lugares situados a ambos lados de la frontera. El desplazamiento de personas entre los lugares que constituyen el espacio, equivale la gran mayoría de las veces a objetos que circulan en la forma de regalos, donativos, mercancías, artículos para uso personal o doméstico. En este contexto, el consumo, sus lógicas y su organización, son un medio para conocer cómo

---

\* esandoval49@yahoo.com.mx

se constituye un espacio social y cómo es significado y representado por los actores sociales.

Este trabajo trata sobre la conformación de un espacio social fronterizo que involucra dinámicas que suceden principalmente en las ciudades de Monterrey, Nuevo León; Nuevo Laredo y Reynosa, Tamaulipas; Laredo, McAllen y San Antonio, Texas. Con base en testimonios orales mostraré cómo diferentes ciudades y lugares fueron constituyendo el mapa que conforma el espacio social fronterizo del consumo en el este de la frontera. La discusión central se refiere a la importancia del consumo, los objetos y sus significados sociales para dar cohesión y continuidad a las relaciones, lugares y territorios que constituyen un espacio social.

Las preguntas generadoras de este artículo son dos: ¿Cuál es el proceso que ha dado forma al espacio social fronterizo que se estructura en torno al consumo en el este de la frontera entre México y Estados Unidos? y ¿Cuáles son las lógicas sociales y simbólicas que dan sentido al consumo y por tanto de la creación del espacio social? El objetivo es demostrar, por un lado, que las actividades de consumo y sus lógicas han conformado un espacio social amplio que rebasa los límites de los estados nacionales, y por otro, que los flujos de mercancías y personas a través de las actividades de consumo son una manera de sostener vínculos, órdenes y desigualdades sociales propias de los territorios fronterizos.

La información presentada en este trabajo<sup>1</sup> se basa principalmente en testimonios orales debido principalmente a la ausencia de bibliografía y otras investigaciones sobre el tema, pero también como un medio para conocer las vivencias en la creación de un proceso colectivo y simbólico muy importante para la cohesión del espacio social

---

<sup>1</sup> Agradezco a la Red México Norte su apoyo para el trabajo de campo en el cual se obtuvo la información que se presenta en este trabajo mediante la beca de la convocatoria sobre transnacionalismo en su versión 2005. Agradezco también a la Dra. Harriett Romo, de la Universidad de Texas en San Antonio, por haber fungido como profesor huésped durante la estancia de verano. Información complementaria a la presentada en este artículo se puede encontrar en Sandoval (2006b).

que integran las ciudades cercanas a la frontera.<sup>2</sup> En este sentido, la presentación de este trabajo es un aporte para el conocimiento histórico y social de las relaciones fronterizas entre el noreste de México y el sur de Texas, en donde el consumo es una práctica que no puede pasar desapercibida por los científicos sociales.

Utilizaré principalmente el caso de la señora Díaz, su hija Yara y el esposo de ésta, Javier Garza. Tanto los Díaz como los Garza son familias de “abolengo” en Monterrey. Sus orígenes en la ciudad tienen que ver con generales importantes de la historia de Nuevo León.<sup>3</sup> Se trata entonces de familias que han mantenido su posición de élites durante varias generaciones. La mayoría de sus miembros viven hoy en el municipio de San Pedro Garza García, el municipio de México con el mejor Índice de Desarrollo Humano según el Consejo Nacional de Población.<sup>4</sup>

Tomar el caso de una familia de elite es importante pues, aunque hoy es una práctica difundida entre familias de diferentes sectores sociales, en un inicio viajar para hacer compras en Estados Unidos parecía algo más exclusivo de lo que es hoy. No obstante, hasta la fecha se siguen haciendo distinciones sociales en esta práctica. Además del caso de las familias Díaz y Garza, tomaré en cuenta testimonios de los señores Escandón, de Israel y la familia Pérez. Guillermo Escandón nació en Nuevo León pero vive en San Antonio desde hace treinta años, e Israel es un regiomontano que creció en una casa grande y antigua del centro de la ciudad hasta que sus padres compraron una propiedad en un sector más exclusivo en el municipio de San Pedro Garza García. La familia de Israel hace consumo en la frontera desde hace varias décadas. Por su parte, los Pérez son un grupo de ocho

---

<sup>2</sup> De acuerdo con Aceves (1998, 214), el testimonio, el relato, la narración, el recuerdo, la memoria, son la materia prima de la historia oral. De ahí su importancia para conocer la evolución de procesos colectivos.

<sup>3</sup> Entre sus ascendentes se encuentran los generales Bernardo Reyes, ex gobernador de Nuevo León y el General Francisco Arce, quien peleó en la guerra de Reforma. Diario de campo del 4 de marzo del 2005.

<sup>4</sup> Fuente: [www.conapo.gob.mx/00cifrs/desa/html/Anexos.xls](http://www.conapo.gob.mx/00cifrs/desa/html/Anexos.xls)

hermanos crecidos en un sector popular de Monterrey. Actualmente, la mitad de ellos viven en San Antonio.

En el siguiente apartado me refiero a la frontera como una construcción social y a la importancia de los lugares, los flujos y los objetos en la constitución de los espacios sociales. Después, elaboro un marco contextual sobre los procesos históricos que han vinculado al noreste de México y el sur de Texas, principalmente a las ciudades de Monterrey y San Antonio; en otra sección, presento la información empírica para describir el proceso de conformación del espacio social a través del consumo y complemento con una sección sobre los objetos que las personas compran y se intercambian a uno y otro lado de la frontera. En la conclusión reflexiono sobre las razones simbólicas que hacen del consumo una actividad muy importante para el sostenimiento de las relaciones sociales, la reproducción del orden social y la constitución del espacio transfronterizo.

#### OBJETOS Y CONSUMO EN LA CONSTRUCCIÓN DEL ESPACIO SOCIAL

La frontera representa y se significa de diferentes maneras para las personas. Para algunos es una simple molestia, para otros es un obstáculo infranqueable y para otros más un motivo para hacer negocio o consumo. La frontera, además de ser una institución de tipo estatal, también es una construcción social.

La frontera entre México y Estados Unidos se caracteriza por la imponente concentración de flujos y los contrastes y continuidades que ésta marca. Personas de todas las edades, mujeres con niños, hombres solos, parejas jóvenes; grandes bultos, maletas, cajas, bolsas, bicicletas, piñatas, comida, artesanías, fotografías, aparatos electrónicos, cartas, sobres con dinero. Todos, personas y objetos, circulando, atravesando la frontera de una determinada manera, al tiempo que suceden los flujos por las rutas alternas que se desarrollan en la ilegalidad, flujos de personas, de fayuca, de droga. Todos los desplazamientos y circulaciones implican personas que esperan en otro lugar, que enviaron o recibirán algo; objetos que vienen de algún lugar en particular, que son enviados por alguna razón, objetos y lugares que

significan algo en la historia de las personas, o que son importantes para sus relaciones sociales.

En las últimas décadas del siglo XX, debido al aumento de los flujos comerciales y de la migración internacional, la idea de la frontera como línea fronteriza en la cual se unen o se encuentran los flujos entre dos países, parece haber resultado un objeto geográfico y social insuficiente para el estudio de lo fronterizo (Álvarez 1995, 448). En este contexto, en términos de Hernández-G (2004, 19), se prefirió hablar de una “franja fronteriza”, para involucrar no sólo a las poblaciones a un lado de la frontera, sino a otras como Los Ángeles, Phoenix, San Antonio, Corpus Christi, Monterrey, Chihuahua, Hermosillo o Ensenada. Pero pronto se hizo evidente el problema de “en dónde exactamente comienzan y terminan las áreas fronterizas, y qué tan lejos el impacto de una ‘línea fronteriza’ llega en las áreas aledañas” (Sadowski-Smith 2002, 7).

La frontera pasó entonces a ser vista por algunos autores como un sistema social (Álvarez 1995, 457), y por otros como una construcción social (Rodríguez 1997). Para Rodríguez (1997), la reproducción diaria de ideas y mitos construye socialmente a las fronteras. Aceptar que la frontera no es una línea que divide sino que ha sido motivo para múltiples interacciones históricas, sociales, económicas y culturales, implica, dice Rodríguez (1997, 238), superar la visión de una frontera como división natural o evidente entre dos mundos muy diferentes, y tomarla como un artificio humano y social que como tal, es susceptible de ser superado, modificado e incluso suprimido. Es decir, es necesario abordar la frontera no sólo como una institución jurídica territorial, sino como un espacio social que, como tal, “influye en la estructuración misma de la sociedad” (Hoffmann y Salmerón 1997, 18), manteniendo un papel activo en los procesos sociales (Lefebvre 1991, 419). En este sentido, la frontera no debe ser tomada como un aspecto contextual o político, un accidente o un mero antecedente histórico. La frontera motiva, fomenta flujos de mercancías, de personas; y a partir de la presencia de la frontera, muchos de esos desplazamientos de personas y objetos, así como los territorios y lugares en que éstos suceden, adquieren ciertos significados.

La enorme cantidad de flujos que suceden en la frontera y más allá de ella, nos obligan a relacionar lo que sucede en diferentes territorios (Faret 2003, 279), los cuales conforman una “territorialidad” constituida a partir de las prácticas y formas de vivir de los individuos en un espacio geográfico (Hoffmann 2002, 11, citando a Di Méo 2000). En este sentido, el espacio es el producto evolutivo de las relaciones sociales (Faret 2003, 279), el lugar en que sucede una amplísima gama de prácticas humanas que ligan unos lugares con otros (Viqueira 1994, 4).<sup>5</sup>

La idea de espacio social reconoce el hecho de que las relaciones sociales suceden en uno o varios territorios o en segmentos de éstos, y que los diferentes territorios son importantes en cuanto que se les atribuyen ciertos significados y funciones Hoffmann y Salmerón (1997, 18). Cuando entre esos territorios hay una frontera internacional, dichos significados cambian, y los flujos que suceden entre los territorios y que constituyen al espacio social se hacen más complejos (organizacional y significativamente).

Ahora bien, el espacio supone territorios y lugares que cumplen ciertas funciones, que reciben nombres específicos y cambiantes y conforman mapas o geografías mentales (Besserer 2004, 19-22), lugares que son “vividos” (Frémont 1976) no sólo físicamente, sino a través de las experiencias, de las referencias y la memoria del grupo de pertenencia (Faret 2003, 280).<sup>6</sup> Así, aunque una manera básica de vivir el espacio es desplazarse o realizar actividades en sus diferentes territorios (enviar objetos o ir de compras, por ejemplo), aquel que no se desplaza lo vive a través del conocimiento de la geografía, de la ubicación de los lugares, de los significados compartidos. Un ejemplo de ello es la persona que no puede cruzar la frontera legalmente, pero conoce los lugares ubicados al otro lado a través de imágenes, descripciones, relatos e incluso objetos.

---

<sup>5</sup> Para Frémont (1976, 140), la fluidez es un rasgo del espacio que se refiere a aquello que como un líquido: es deformable, cambiante y muy difícil de asir. Por su parte, para Castells (2005, 445), los flujos son el principal rasgo de las prácticas sociales que se soportan en el espacio social.

<sup>6</sup> Para autores como Agnew (1989, 2), el espacio vivido lo es también de percepción.

Para el caso presentado en este artículo, el del espacio social del noreste de México-Sur de Texas, el consumo es aquella práctica material que manifiesta y reproduce (constata) la construcción social del espacio a través de: a) la aparición de lugares que cumplen funciones específicas y tienen distintos significados; b) la realización constante de desplazamientos de personas y la circulación de objetos (flujos); y c) la experiencia de un espacio vivido y compartido.

Junto con los territorios, los lugares y los flujos, los objetos son importantes para conocer cómo y por qué se constituye el espacio social. Para Urry (2000, 66), hay complejas relaciones entre objetos y lugares, de tal manera que el consumo de ciertos objetos involucra metafóricamente el consumo de otros lugares y culturas. Así, por ejemplo, los objetos pueden ser consumidos y usados de muy diversas formas de tal manera que es en ese uso o en ese consumo en donde adoptan su último carácter como objetos (Urry 2000, 65). Es decir, para que a un objeto se le otorgue un determinado significado tal vez deba ser llevado a un cierto lugar (un centro comercial, una casa o una ciudad al otro lado de una frontera).

Los objetos son importantes en el ordenamiento de la vida social y de hecho son una forma de objetivación de las relaciones sociales, contribuyen, manifiestan y contienen las relaciones sociales, auxilian a mantener vínculos (Douglas e Isherwood 1990, 75), están hechos y ayudan a producir esas relaciones que contienen. Para Law (2002, 92), los objetos hacen que las relaciones permanezcan, es ahí en donde radica su carácter topológico. El autor usa la referencia a la topología basado en la idea del estudio matemático de la continuidad.<sup>7</sup> Explica que un círculo o un cubo, al ser comprimidos se mantienen como tales, siguen siendo círculo o cubo. Pero en el momento en que cortamos un punto del círculo, éste deja de serlo. En ese ejemplo se puede resumir el papel de los objetos en las relaciones sociales. Si se

---

<sup>7</sup> Aquí hay una diferencia con respecto del término topología que usa Besserer (2004) para referirse a “la representación de lugares que fueron expresados en una narrativa como lugares experimentados”, es decir, los lugares en donde los narradores desarrollaron ciertas actividades. El autor menciona que este término lo toma de la crítica literaria, en cambio, Law lo toma de las matemáticas.

rompen las relaciones que se objetivan en tal objeto, si cambia el significado de éste en las relaciones sociales, se pierde la continuidad y el objeto de alguna manera ya no es el mismo. De la misma manera, si el objeto ya no está, la relación se modifica, caso que sucedería, por ejemplo, cuando una persona deja de dar los regalos u obsequios que habitualmente da a otra.

#### CONTEXTO HISTÓRICO DEL ESPACIO SOCIAL NORESTE DE MÉXICO-SUR DE TEXAS

La historia del espacio social del noreste de México-sur de Texas se puede estructurar a partir de elementos como el comercio, la migración y el consumo. De acuerdo con Cerutti (1999, 15), el noreste de México y el sur de Texas (y sus centros urbanos Monterrey y San Antonio) son parte de un espacio regional/binacional que comenzó a construirse en la segunda parte del siglo XIX y que entonces funcionaba como una economía de frontera en donde un “espectro de actividades mercantiles y productivas... se ramificaban al norte y al sur del Bravo” (Cerutti 1993, 19). Junto con González, el mismo autor se refiere a la frontera del Río Bravo como “una invitación para desenvolver múltiples y lucrativas actividades económicas [...] componente relevante de una economía de frontera que se empeñaba en operar sobre ambas márgenes [...] El Bravo, lejos de escindir este espacio económico, resultaba su bisagra, su eje unificador” (Cerutti y González 1999, 15).

La guerra de Secesión (1861-1865) en Estados Unidos tuvo una enorme importancia para las relaciones comerciales entre Texas y el noreste mexicano. Durante la guerra, el comercio fue la actividad económica en la zona. Autores como Le Roy Graf (citado en Cerutti 1999, 57) dan cuenta del intenso tráfico de mercancías en la zona: “Oliver hermanos de Monterrey tenía 60 carretas corriendo de manera regular entre esa plaza y San Antonio”. Lo que transportaban era pólvora, cobre, plomo, sal, calzado y textiles. Además, “trenes cargados con cobijas, zapatos, pieles, ropa, textiles, azufre y pólvora abandonaban Monterrey diariamente hacia el río Grande”.

Para finales del siglo xix, tanto Monterrey como San Antonio se convirtieron en nudos para las comunicaciones férreas (Cerutti 1999, 80) y ya desarrollaban una economía sustentada en el comercio, que en buena medida era binacional.

En las primeras décadas del siglo xx, San Antonio se convirtió en la capital de la migración de mexicanos hacia Estados Unidos. En este contexto, muchos habitantes de Nuevo León, Tamaulipas y Coahuila llegaron a vivir a San Antonio y al valle de Texas, aunque dicho proceso había sido evidente incluso desde las últimas décadas del siglo xix (González 1999, 138 y 2000, 59).

Ahora bien, a lo largo del siglo xx, el panorama económico, los vínculos y la integración se han fortalecido en la región. Los pares de ciudades fronterizas del noreste de México y Sur de Texas (Matamoros-Brownsville, Nuevo Laredo-Laredo y Reynosa-McAllen), sostienen economías fuertemente relacionadas con lo que pasa no sólo en sus regiones y países, sino con lo que sucede en el país al otro lado de la frontera (Cañas *et al.* 2005). En el año 2003, los ingresos por compras al menudeo ocuparon el segundo lugar en McAllen, Laredo y Brownsville. Estas compras al menudeo son hechas principalmente por consumidores mexicanos (Sandoval 2006, 174).

Desde hace décadas las ciudades de Monterrey y San Antonio se vinculan a través del turismo que algunos regiomontanos hacen en esa ciudad. El caso del centro comercial más importante de San Antonio es paradigmático. Cada año, en el *North Star Mall*, 30 por ciento de los clientes vienen de México durante la temporada baja (fuera de la época de vacaciones en México), mientras que en la temporada alta, el porcentaje de mexicanos llega a 70 por ciento. Casi uno de cada tres de esos clientes mexicanos vive en el área metropolitana de Monterrey (Sandoval 2006, 182).

#### TESTIMONIOS SOBRE LA CONSTITUCIÓN DE UN ESPACIO SOCIAL TRANSFRONTERIZO A TRAVÉS DEL CONSUMO

De acuerdo con el testimonio de Liliana Díaz, una mujer nacida en 1913, aproximadamente en 1928, ella y su familia comenzaron a viajar

a Laredo, Texas, para “comprar toallas, sábanas, cosas así”. El único lugar para hospedarse era una casa de huéspedes del centro que “recibía a pura gente de Monterrey”. Liliana no recuerda el nombre de aquel lugar, pero recuerda que a la propietaria le llamaban “Tomasurra”.<sup>8</sup>

Varias décadas después, en los sesenta, los viajes a Laredo se habían difundido y la infraestructura era otra. Israel, de poco más de cincuenta años, recuerda que en los años sesenta, su familia se hospedaba en el Hamilton Hotel, era el hotel al que “todos sabían que ibas a llegar”. El hotel estaba en el centro de Laredo, frente a la plaza principal. Para la época, los viajes a McAllen se habían difundido, y el hotel que recibía a muchas familias de Monterrey, según el testimonio de Israel, se llamaba Las Palmas.<sup>9</sup>

En la época en que Liliana comenzó a viajar a Laredo, era muy fácil cruzar la frontera, casi no había revisiones, “pasaba uno como si nada”. En cambio, el regreso siempre fue complicado. Mucha gente acostumbraba pagar “mordidas” para cruzar todo lo que había comprado, pero el esposo de Liliana prefería llegar a la aduana, abrir las maletas sobre el “desk” y preguntar a los aduanales cuánto debía pagar.<sup>10</sup> Yara, hija de Liliana, recuerda que en la aduana pesaban por kilos la ropa que habían comprado y su padre pagaba sin protestar. En cambio, ella y sus hermanas, cuando viajaban a la frontera sin sus padres, y acompañadas solamente por el chofer, no declaraban nada en la frontera. Toda la ropa se la vestían o la ocultaban.<sup>11</sup>

La mamá de Israel, sus tíos y otras amigas hacían cosas distintas en la década de los sesenta. Ellas se reunían al terminar el día de compras, ya fuera en un restaurante o en el hotel y comenzaban a platicar y a mostrar lo que habían comprado. Al mismo tiempo, tanto ellas como sus hijos se dedicaban a quitar las etiquetas y alfileres a toda la ropa comprada en el día. Después las colocaban en bolsas viejas o

---

<sup>8</sup> Entrevista a Liliana Díaz, 12 de abril de 2005.

<sup>9</sup> Entrevista a Israel, 26 de septiembre de 2005.

<sup>10</sup> Entrevista a Liliana Díaz, 12 de abril de 2005.

<sup>11</sup> Diario de campo del 4 de marzo de 2005.

arrugadas y las metían en las maletas. Las prendas u objetos más importantes se colocaban en el piso del automóvil. Invariablemente, cuando llegaba el momento de cruzar la frontera, la persona que conducía daba la indicación de que los demás debían hacer como si durmieran. De preferencia, colocaban las piernas sobre objetos que venían en el piso del auto. Un aduanal miraba el interior del auto y preguntaba si tenían objetos qué declarar. El conductor o conductora contestaba “nada”. Cuando Israel viajaba con su padre y no sólo con su madre y sus tíos, la situación era diferente, pues su padre prefería pagar “mordidas” a tener que sacar todas las compras del auto.<sup>12</sup>

Los viajes de Liliana, Yara e Israel se hacían en auto. Según Israel, entre las familias de clases acomodadas, viajar en autobús era mal visto. En su familia, excepcionalmente, se viajaba en ese medio de transporte, sobre todo en casos en que se necesitaba algo más o menos urgente o especial, como un traje, por ejemplo, y no se disponía de algún automóvil o persona para hacer el viaje.

Viajar en autobús no era “bien visto” pues en aquel entonces, los años cincuenta y sesenta, los camiones que viajaban a la frontera salían de pequeñas estaciones por el rumbo de la avenida Colón y la “Y griega”.<sup>13</sup> Eso implicaba ir a colonias populares poco frecuentadas por “los ricos”. Pero el mayor problema era que los aduanales tardaban mucho más tiempo en revisar los autobuses, por lo que el tiempo de viaje se prolongaba por lo menos una hora más. Las líneas de autobuses que viajaban hacia Laredo eran Transportes del Norte y Transportes Anáhuac (ya desparecido).<sup>14</sup>

Si el viaje se hacía en auto se tenía la oportunidad de usar infraestructuras como el paradero. Además, había la oportunidad de sortear de manera distinta las peligrosas y nauseabundas curvas de la sierra de Mamulique. En Sabinas, al otro lado de la sierra, la estación era un

---

<sup>12</sup> Entrevista a Israel, 26 de septiembre de 2005.

<sup>13</sup> Actualmente esta es la zona en la que se encuentran las pequeñas estaciones desde las que parten los autobuses que viajan principalmente a Houston y otras ciudades de Estados Unidos.

<sup>14</sup> Entrevista a Israel, 26 de septiembre de 2005.

restaurante “muy grande en la carretera, muy cerca del centro”.<sup>15</sup> En la misma ruta, rumbo a Laredo, había otro restaurante más cerca de Monterrey, en el municipio de Ciénega de Flores, se llamaba “Tía Lencha”, ahí la especialidad era el machacado.<sup>16</sup> En la otra ruta, rumbo a McAllen, existía un restaurante llamado La Ceja, en el municipio de China, en la carretera. Esos lugares o estaciones eran la oportunidad para encontrar personas conocidas que iban hacia la frontera o que venían de regreso.<sup>17</sup>

Al parecer, ir a la frontera también era oportunidad para vivir la “libertad” de Estados Unidos, y para eso también servía ir en automóvil. Con mucha intensidad Yara recuerda que a la edad de trece años (en la década de los cincuenta), ella viajó junto con sus padres, hermanos y hermanas a McAllen. En aquel entonces, su hermano mayor tenía un amigo en Brownsville. Éste viajó en su auto convertible hasta McAllen para encontrarlos. Esa noche el hermano de Yara avisó a sus padres que ni él ni sus hermanas dormirían. Todos salieron a dar la vuelta por la ciudad en el auto convertible, mientras cantaban canciones en inglés.<sup>18</sup>

Ir a la frontera era la oportunidad también de vacacionar durante un fin de semana, ver monedas diferentes, hablar un poco de inglés y comer pollo *Fried Chicken* o hamburguesas de pescado, cosas que no había en Monterrey. Estos viajes también significaban libertad en otro sentido. Israel recuerda que su madre y sus acompañantes mujeres aprovechaban el trayecto a la frontera para comentar cosas muy ínti-

---

<sup>15</sup> Israel no pudo recordar el nombre del restaurante, pero es muy probable que haya sido el Café Norte, a donde también llegaban los autobuses Del Norte que iban rumbo a Nuevo Laredo. En la misma época también existían el restaurante El Rancho y Sabinas, ambos a la orilla de la carretera, así es que la familia de Israel también pudo haber acudido a éstos. De acuerdo con Rogelio Escamilla, un hombre de más de setenta años, nacido en Sabinas, esos cafés eran los más concurridos por las personas que viajaban desde Monterrey rumbo a la frontera. Conversación con Rogelio Escamilla, 27 de septiembre de 2005.

<sup>16</sup> Hoy en día, al llegar al municipio de Ciénega de Flores se encuentra un letrero que anuncia a este municipio como “La capital mundial del machacado”.

<sup>17</sup> Entrevista con Israel, 26 de septiembre de 2005.

<sup>18</sup> Diario de campo del 4 de marzo de 2005.

mas tanto de ellas como de otras mujeres, todo eso mientras él hacía como que dormía.<sup>19</sup>

*Las “donas” y los viajes a la frontera*

El consumo fronterizo también tiene que ver con los rituales propios de los cambios en el ciclo de vida. Liliana, por ejemplo, se casó en 1934, parte de las “donas”<sup>20</sup> las gastó en Laredo, comprando sábanas y vestidos.<sup>21</sup>

Sobre el uso de las donas en la frontera, obtuve un testimonio que muestra cómo esta práctica se fue extendiendo en el tiempo. Se trata de una mujer de Sabinas Hidalgo, Nuevo León, una pequeña ciudad en la ruta antigua entre Monterrey y Nuevo Laredo. La señora Rosa recibió las donas de su novio Guillermo, quien desde años antes había emigrado a Estados Unidos. En 1967, antes de casarse con Rosa, Guillermo le dio las donas: cinco mil pesos que según sus cálculos serían “unos cincuenta mil pesos de ahora”. Ella las gastó en Laredo comprando maletas para su viaje de bodas y el ajuar. Las donas también sirvieron para que se confeccionara el vestido de novia.

La costumbre de las donas continúa. El hijo mayor de Guillermo y Rosa se casó en marzo de 2005 con una mujer de Sabinas Hidalgo. Tal y como marca la costumbre, una vez que se había pedido a la novia, “Guillermín”, como lo llaman en la familia, dio las donas a su novia. Aunque Guillermo y Rosa no estaban seguros, suponían que la novia de Guillermín habría ido a Laredo a gastar las donas, pues “todas hacen eso”.<sup>22</sup>

---

<sup>19</sup> Entrevista con Israel, 26 de septiembre de 2005.

<sup>20</sup> Las donas son el dinero que el novio daba a la novia para que comprara su ajuar. Hasta antes de iniciar el trabajo de campo desconocía la existencia de las donas. Fue platicando con Leonor y con la familia Escandón, de Sabinas, cuando encontré casos en los que las donas se gastaban en la frontera.

<sup>21</sup> Diario de campo del 12 de abril de 2005.

<sup>22</sup> Diario de campo del 10 de noviembre de 2004.

### *De Laredo a McAllen*

De acuerdo con los testimonios, el destino de los viajes a la frontera comenzó a cambiar en la década de los cuarenta. A finales de los treinta, una vez casada, Liliana y su esposo vieron que el dinero “rendía más” comprando en la frontera, así es que comenzaron a ir dos o tres veces por año. Fue en aquel entonces cuando ella dejó de ir a Laredo y comenzó a ir a McAllen. La razón del cambio en el destino se debió a que en McAllen había “más exclusividad y ropa fina”. Liliana no recuerda haber vuelto a Laredo después de casarse.<sup>23</sup> El papá de Yara les decía que Laredo era para las “chiveras”, que en las tiendas se veía a las mujeres metiendo ropa en grandes bolsas, toda para cruzarla a México. Es por esto que Yara se acostumbró a ir a McAllen. Igual que ella, su esposo Javier Garza viajaba sólo a McAllen.

A diferencia de los Garza y los Díaz, otras familias siguieron yendo a Laredo. Esto sucedió con la familia de Israel. De acuerdo con su testimonio, se pensaba que Laredo era un mejor lugar para encontrar artículos de mejor precio y variedad. Pero el mismo Israel acepta que era el lugar por excelencia de las chiveras,<sup>24</sup> “de hecho, para querer decir que ibas a ir a Laredo decías que ibas a *chiviar*”.<sup>25</sup>

De acuerdo con los Garza y con mi experiencia personal, hoy en día la distinción de clase entre ir de compras a Laredo o a McAllen permanece. Para Javier Garza, “Laredo se empezó a hacer muy popular” y era difícil encontrar ropa “diferente”. Una diferencia entre McAllen y Laredo como ciudades fronterizas es que Laredo está justo a la orilla del Río Bravo, mientras que McAllen no. Esto implica que para llegar a McAllen desde México, es necesario tener un vehículo. Para el señor Garza, esto es una forma de generar distinción entre las dos

---

<sup>23</sup> *Ibidem*.

<sup>24</sup> El término chivera viene del comercio de animales de granja, de chivas y cabras (como los camiones chineros), y que se extendió al comercio irregular y al tráfico de mercancías importadas. Dr. Víctor Barrera Enderle, profesor investigador de la Universidad de Posgrado de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Autónoma de Nuevo León. Comunicación personal.

<sup>25</sup> Entrevista a Israel, 26 de septiembre de 2005.

ciudades, es una de las razones por las cuales “a Laredo puede ir cualquier, y a McAllen no”.<sup>26</sup>

Así, seguramente la diferencia más importante entre Laredo y McAllen tiene que ver con el hecho de que, aunque McAllen está a unos cuantos kilómetros de la frontera, no presenta las dinámicas características de una ciudad fronteriza norteamericana (Molina 1993), tal y como sucede en Laredo, en donde el contrabando y la compra de mercancías usadas está más difundido. Al respecto, Miller hizo la siguiente observación en Laredo, seguramente durante la década de los setenta del siglo pasado:

J.C. Penney, 80 por ciento de cuyos negocios provienen de México, está situado en el River Drive Mall, una plaza comercial del centro de la ciudad, prácticamente en las orillas del río Bravo. Por las tardes, llenan el estacionamiento de Penney los chiveros o contrabandistas, que llegan a la ciudad con listas de compras para más o menos una docena de familias. Sacan las compras de las bolsas de la tienda, y arrancan toda etiqueta indicadora de que son nuevas. A menudo se ponen la ropa de inmediato, en dos y tres capas a la vez. Más ropa se atiborra en maletas, también recién compradas para el viaje de regreso. Se oculta de la aduana el resto en el interior de puertas, bajo las vestiduras, debajo de la cubierta de las cajuelas y en otros sitios. En La Posada, el mejor hotel de la ciudad, los chiveros a lo grande convierten sus cuartos en almacenes, acumulando ropa para el viaje de regreso al interior. Llenan los corredores del hotel con bolsas de papel de tiendas situadas en toda la ciudad (Miller 1981, 80-81).

De alguna manera, pareciera que McAllen está más exento de este tipo de actividades, sin que esto quiera decir que no existan. Es necesario agregar que es muy probable que lo observado por Miller haya cambiado mucho hasta la actualidad. Por un lado, el J.C. Penney del que habla fue cerrado en el 2004, y el River Drive Mall, atrae a muchas

---

<sup>26</sup> Diario de campo del 5 de agosto de 2004.

menos personas.<sup>27</sup> Por otro lado, la dinámica del contrabando ha cambiado también. En el contexto de las mercancías provenientes desde China (ropa, calzado, aparatos electrónicos) y que entran a México como contrabando, seguramente han variado las formas de organización del tráfico de mercancías en la zona. Además, la chivera o el fayuquero son figuras que existen en menor grado hoy, debido a la apertura comercial reforzada en los años noventa (Molina 1993, 48).

Para Israel, las “chiveras” venían de Laredo, no de McAllen. Por medio de una tía, él conoció a una chivera de nombre Josefina. Ella vivía en la colonia Mitrás, un sector muy amplio de casas de tamaño mediano, mayoritariamente con un piso, cochera para un auto y pequeños jardines. Su tía la visitaba cuando necesitaba algo más o menos urgente y no podía ir a la frontera. “Era una señora de clase media. Llegabas a su casa y te abría y le preguntabas si tenía tal cosa, como unos Milkway o algún aparato electrónico. Ella entraba a una habitación y luego salía con el artículo y ya se lo comprabas”. La chivera viajaba en camión a Laredo todos los viernes y el lunes por la mañana se podía acudir a su domicilio para comprarle lo que se le había encargado si era el caso. “Era algo un poco clandestino, pero todo mundo sabía. Y era algo de mujeres, las chiveras eran mujeres y las que les compraban también. La idea de ir con ella era por algo que te urgía o que necesitabas y no podías ir a la frontera, entonces se lo comprabas aunque fuera un poco más caro”<sup>28</sup>.

Durante el trabajo de campo encontré dos casos que llamaron mi atención en relación con Laredo y la actividad de las chiveras. Uno fue el de una mujer que se dedica a traer mercancía “por encargo” todas las semanas, el otro caso es el de una mujer que traía mercancías para vender en su negocio. Esa mujer tiene una cartera de clien-

---

<sup>27</sup> El 25 de julio de 2004 viajé como un pasajero más en una camioneta que funciona como transporte colectivo entre Monterrey y San Antonio. Mientras esperábamos a las personas que tramitaban su permiso de internación en el puesto de migración, los demás pasajeros esperamos en el River Drive Mall, que luce casi abandonado. Diario de campo.

<sup>28</sup> Entrevista a Israel, 26 de septiembre de 2005.

tes que comprende mujeres de colonias de San Pedro Garza García, y que, de acuerdo a lo que vengo argumentando, acostumbrarían viajar más a McAllen que a Laredo para hacer compras. No obstante, esta mujer trae la mercancía desde Laredo, y no desde McAllen.

El otro caso es el de una mujer hermana de Yara, la esposa de Javier Garza. Aunque la entrevisté por otras razones, en la conversación me comentó que entre los años 2000 y 2003 tuvo un negocio de regalos para piñatas. Me explicó que actualmente, en las piñatas se acostumbra dar un regalo a los invitados (un juguete pequeño o algún útil escolar). En su tienda ella vendía este tipo de artículos. Como enfrente de su local estaba el del competidor más importante del municipio, ella buscaba tener precios más bajos. Para lograrlo, compraba parte de la mercancía en Laredo, específicamente, el regalo para los invitados. Los traía “como chivera”, me dijo. Ocultaba la mercancía entre la ropa y no la declaraba. La única ocasión en la que tuvo un problema, mencionó a los aduanales que era maestra de escuela y que los artículos no eran para vender, sino para organizar un evento. Sobre esto último me dijo que no era ilegal traer esos artículos en tales cantidades, sino traerlos para hacer negocio.<sup>29</sup>

Para mí fue curioso que esta mujer, quien acostumbraba ir de compras a McAllen o San Antonio con sus amigas, fuera a Laredo a hacer las compras de mercancías para su negocio. Ella me dijo que no lo hizo por ninguna razón en particular, excepto que sabía que en Laredo era posible conseguir esas mercancías.

Al parecer, con el paso del tiempo, McAllen se ha ido convirtiendo en un lugar para las compras por distinción, mientras que Laredo es visto por algunos como el lugar para las compras por contrabando o por contar con tiendas y mercancías de menor exclusividad.

A pesar de las distinciones y de los problemas sociales, las ciudades de McAllen y Laredo mantienen su perfil como ciudades que viven del turismo extranjero que llega hasta ahí para hacer compras al menudeo.

---

<sup>29</sup> Diario de campo del 22 de septiembre de 2004.

### *De McAllen a La Isla y San Antonio*

McAllen no es el único destino de los consumidores que buscan que el consumo fronterizo sea una actividad de distinción. La Isla del Padre lo es también, pero representa un destino diferente pues más que ser un lugar de consumo, es un centro turístico texano en la costa del Golfo de México.

Para ciertos sectores sociales de Monterrey “La Isla” (como se le llama) es el destino privilegiado. Los dos periódicos más importantes de la ciudad emiten en épocas de vacaciones sendos suplementos en donde incluyen fotografías de familias de Monterrey que pasaron las vacaciones en aquel lugar de Texas. El más importante de estos periódicos ofrece durante la temporada, servicio de entrega en la habitación del hotel para aquellos subscriptores que pasan sus vacaciones en la Isla. En la sección de avisos clasificados de ese mismo periódico, durante todo el año se pueden encontrar diariamente entre veinte y treinta anuncios en donde se ofrecen departamentos en renta o venta y tiempos compartidos en la Isla del Padre (South Padre Island).<sup>30</sup>

La Isla del Padre surgió como destino turístico en la segunda mitad del siglo pasado. Javier Garza recordó que en su infancia, específicamente entre 1948 y 1954, viajó varias veces a la Isla junto con su familia. Su padre era director de una compañía que estuvo involucrada en la construcción de varios fraccionamientos residenciales en Matamoros. Debido a los constantes viajes, la familia cruzaba mucho a Brownsville y fue entonces cuando comenzaron los viajes a la Isla. “Nosotros descubrimos la Isla”, dice con orgullo, “cuando todavía no había puente para cruzar hacia allá”.

En 1954, se acabaron los asuntos de trabajo en Matamoros. Pero a partir de esta época la familia comenzó a viajar a la Isla cada semana santa y en el verano. Eran pocas las familias que hacían lo mismo

---

<sup>30</sup> De acuerdo con mis datos de campo, la Isla también es el destino playero preferido de muchas personas que viven en San Antonio, Texas. Durante mi estancia de verano en esa ciudad, encontré a varias personas que pasaron sus vacaciones o algunos fines de semana ahí.

entonces, el señor Garza recuerda que algunos amigos de sus padres también viajaban para allá, como don Antonio Rodríguez y un abogado de apellido Margáin. Como no había hoteles, todos debían hospedarse en Brownsville, y la familia de Javier Garza algunas veces se hospedaba en el hotel Ritz de Matamoros.<sup>31</sup>

Diez años después, ir a la Isla ya era algo muy difundido. De acuerdo con Israel, a principios de los sesenta ya se consideraba un símbolo de distinción viajar a la Isla, pero como no había mucha infraestructura hotelera, el número de turistas no era tan grande como ahora. Mientras tanto, “los que no eran gente *nice*, viajaban a Tampico”<sup>32</sup>

La infraestructura hotelera llegó a la Isla mucho tiempo después. Aunque algunas familias de Monterrey visitaban ese lugar, seguramente la mayoría de los visitantes eran texanos. Fue hasta principio de los ochenta que se desarrolló la infraestructura hotelera y se fraccionó la zona, marcando la llegada de un mayor número de turistas regiomontanos. Al respecto Celia, una mujer de 53 años miembro de una familia adinerada de San Pedro Garza García, recuerda que cuando nacieron sus hijas alrededor de 1985, su hermana había comenzado a viajar cada año a la Isla, pero no antes, pues prácticamente no había hoteles.<sup>33</sup>

Al mismo tiempo que los viajes a la Isla se difundían, los viajes a San Antonio lo hacían también. Después de varios años de casados, en la década de los setenta, los Garza (Javier y Yara) comenzaron a viajar a ciudades como San Antonio, Houston y Dallas. Ahí pasaron algunas navidades, ya fuera visitando al hermano de Javier en Dallas, o en algún hotel de San Antonio, en compañía de otras parejas amigas que también viajaban con sus hijos.<sup>34</sup> Entonces ya se había abierto en San Antonio el North Star Mall, que se inauguró en 1960.<sup>35</sup>

---

<sup>31</sup> Diario de campo del 5 de agosto de 2004.

<sup>32</sup> Entrevista a Israel, 26 de septiembre de 2005.

<sup>33</sup> Conversación con Cecilia, 30 de septiembre de 2005.

<sup>34</sup> Diario de campo del 5 de agosto de 2005.

<sup>35</sup> De acuerdo con datos proporcionados por Shirley Ramirez, *Marketing Coordinator* del NSM.

Para Israel, viajar a San Antonio era verdaderamente el mayor símbolo de distinción, “lo realmente *nice*”, dice. La gente hacía lo posible por ir pero no cualquiera podía. “Mi padre nos llevaba porque ahí tenía varios primos lejanos”. Israel asistió a la Feria Mundial Hemisfair celebrada en San Antonio en 1968, fue en aquel año cuando conoció por primera vez un *mall*.<sup>36</sup>

Haciendo un recuento de los testimonios anteriores, en el cuadro 1 se resumen los cambios que fueron sucediendo década por década con respecto a los viajes para el consumo y los lugares que se fueron agregando en el mapa del espacio social.

#### *De norte a sur*

En el espacio social Monterrey-San Antonio también suceden desplazamientos para hacer consumo en el sentido norte a sur. A partir de una búsqueda hemerográfica,<sup>37</sup> encontré que la visita de turistas norteamericanos ha sido constante en Monterrey. Presumiblemente la mayoría de esos turistas eran de origen texano, por los fuertes vínculos económicos entre Monterrey y el sur de Texas. Aún hoy, es imposible saber a ciencia cierta cuál es el origen de los turistas extranjeros que visitan Monterrey (principalmente por negocios), pues los hoteles no registran de manera rigurosa la ciudad o el estado del que provienen.<sup>38</sup>

En sus amplias descripciones sobre la geografía de México, el geógrafo francés Eliseo Reclus observó que en la segunda mitad del siglo XIX la feria de Monterrey, en septiembre, atraía a un buen número de visitantes norteamericanos (Hiernaux-Nicolas 1999b, 203). En las entrevistas realizadas por Gamio en Texas principalmente en

---

<sup>36</sup> Entrevista a Israel, 26 de septiembre de 2005.

<sup>37</sup> Al respecto agradezco a la Dra. Raquel Márquez, del departamento de Sociología de la Universidad de Texas en San Antonio, por facilitarme el traslado al Benson Latin American Collection, de la Universidad de Texas en Austin.

<sup>38</sup> Conversación con Francisco Pérez Mendoza, Jefe de Estadística de la Corporación para el Desarrollo Turístico de Nuevo León. Diario de campo del 21 de septiembre de 2004.

CUADRO 1. Cambios en los destinos y mejoramiento de las infraestructuras hoteleras en ciudades de la frontera y San Antonio

Décadas	Destinos	Infraestructura
Años treinta	Inician los viajes a Laredo	Escasa infraestructura hotelera en Laredo.
Años cuarenta	Inician los viajes a McAllen	Mayor infraestructura hotelera en Laredo que en McAllen.
Años cincuenta	Primeros viajes a la Isla del Padre	Infraestructura hotelera inexistente en la Isla del Padre.
Años sesenta	Los viajes a la Isla del Padre y a San Antonio manifiestan la más alta distinción social. Son sólo algunos cuantos quienes los hacen.	Se reconocen estaciones en la ruta Monterrey- Nuevo Laredo y Monterrey - Reynosa En San Antonio se inaugura el North Star Mall y se lleva a cabo la Feria Mundial Hemisfair.
Años setenta	Continúan los viajes a McAllen y Laredo de manera importante.	Se consolida la infraestructura en McAllen y Laredo.
Años ochenta	Los viajes a la Isla del Padre se convierten en “tradición” cada semana santa y verano.	Se construye la mayor parte de la infraestructura hotelera en la Isla del Padre.

1926, se encuentran algunos testimonios de personas que viajaban de norte a sur con destino a Monterrey para pasar algunas temporadas. Es el caso de Abelardo Cantú, nacido en 1889 en Nuevo Laredo y emigrado ese mismo año a San Antonio. El señor Abelardo gustaba de los juegos de azar, así es que según su esposa, iba a las ferias y ahí se perdía por días. “Una vez que estuvimos en Monterrey no teníamos ni con qué comer. Habíamos ido en guayín (*station wagon*, camioneta) desde aquí buscando a mi esposo y cuando llegamos, ya se nos había acabado todo lo que teníamos” (Weber *et al.* 2002, 192).

Un indicador de la afluencia de habitantes de Texas a Monterrey es el hecho de que en 1933, el Club Monterrey de la Asociación Mexicana de Automovilistas comenzó la edición en inglés de *The Monterrey Greeter* (El saludador de Monterrey), una publicación mensual con información turística de la ciudad. En ella se anunciaban hoteles y restaurantes, tiendas de artesanías, secciones como “Where to go and

what to do in Monterrey" (Dónde ir y qué hacer en Monterrey), requisitos para turistas y sus autos en México, orientación sobre los reglamentos de tránsito, información general sobre la ciudad, mapas de carreteras, lugares históricos y sitios atractivos cercanos a ésta. Además se incluía una sección con avisos sobre las regulaciones de aduanas que los turistas debían tomar en cuenta al volver a Estados Unidos y un poco de publicidad sobre restaurantes para visitar en Laredo, Texas, en el camino de regreso. Al menos la edición de abril de 1940, cerraba con una publicidad de "Carta Blanca", "La cerveza más antigua de México" fabricada en Monterrey.<sup>39</sup>

Desde 1954 y por lo menos hasta 1961, fecha de la última edición que localicé a partir de la búsqueda bibliográfica, la Asociación de Hoteles de Nuevo León publicó quincenalmente, también en inglés, el "*Spotlight on Monterrey*" (Enfoque sobre Monterrey). Además de tener publicidad sobre los hoteles, esta edición contenía anuncios de lugares de confección de ropa como guayaberas, blusas bordadas a mano; tiendas como salones de belleza, perfumerías, vinaterías, bares, restaurantes, talleres mecánicos. Sobre la ciudad, la edición contenía información de lugares turísticos como museos, edificios históricos y atractivos naturales cercanos, como cascadas y grutas.<sup>40</sup> Entre los hoteles que ahí se publicitan destaca El Río (con anuncios de gran tamaño). Este hotel ha cambiado de nombre recientemente. Desde hace algunos años fue el hotel Río Double Tree, y desde el verano de 2005 lo compró la cadena Holliday Inn. Hasta hace muy poco, este hotel recibía a un promedio de 500 personas de San Antonio cada mes.<sup>41</sup> Todavía existen publicaciones dedicadas a los turistas norteamericanos que se distribuyen en los grandes hoteles, como el *Holliday Inn, Sheraton, Ancira*, se trata de publicaciones como *What's On Monterrey*, que es editada por una compañía que gana

---

<sup>39</sup> *The Monterrey Greeter*, Asociación Mexicana Automovilística, Club Monterrey, abril, 1940.

<sup>40</sup> Fuente: "*Spotlight on Monterrey*", Asociación de Hoteles de Nuevo León, septiembre 7, 1956, vol. III, núm. 126, y agosto 26, 1961, vol. VIII, núm. 239.

<sup>41</sup> Diario de campo del 5 de octubre de 2004.

dinero por medio de las empresas que se anuncian en la revista: restaurantes, bares, servicios de taxis, escuelas, lugares turísticos.

Ahora bien, a lo largo de todas las ciudades de la frontera de México con Estados Unidos, es común encontrar bares, restaurantes, clubes nocturnos y tiendas de artesanías visitados por los turistas que cruzan para pasar ahí algunas horas (Miller, 1981). En Nuevo Laredo, por ejemplo, el mercado Maclovio Herrera, a unos cuantos metros del Puente Internacional I tiene cerca de cien años vendiendo artesanías para los turistas que vienen de Estados Unidos.<sup>42</sup>

Actualmente, este tipo de turismo ha disminuido drásticamente en Nuevo Laredo. Durante 2005, los asesinatos relacionados con el narcotráfico aumentaron considerablemente,<sup>43</sup> y lo mismo ha pasado con los secuestros. Los turistas tienen ahora temor a cruzar. La compañía *Ok Tours*, de San Antonio, llevó doscientos camiones con turistas cada año entre 2000 y 2004, pero durante 2005, por lo menos hasta el verano, había llevado solamente dos. Por el mismo motivo, los viajes a Monterrey habían disminuido en el mismo periodo de una frecuencia semanal a una mensual en 2005.<sup>44</sup>

#### OBJETOS PARA SOSTENER LOS VÍNCULOS SOCIALES

En esta sección me remitiré a los objetos que circulan entre los miembros de dos familias en las ciudades de Monterrey, N.L., y San Antonio, Texas. Lo haré para mostrar la cotidianidad del consumo, el in-

---

<sup>42</sup> Conversación con Guillermo Escandón, Presidente del Club de Oriundos de Nuevo León en San Antonio. El señor Escandón es originario de Sabinas Hidalgo, y frecuentemente viajaba a Nuevo Laredo (en la década de los años sesenta del siglo pasado) para comercializar las fundas y telas tejidas que se fabricaban en el taller de su padre en Sabinas. Diario de campo del 15 de julio de 2005.

<sup>43</sup> Entre enero de 2005 y el 31 de julio de ese año, más de cien personas habían sido asesinadas en Nuevo Laredo por asuntos relacionados con el narcotráfico. Fuente: San Antonio Express-News, “*Rest of Nuevo Laredo's cops are back in action*”, primera plana, 3 de agosto de 2005.

<sup>44</sup> Entrevista con el gerente de *Ok Tours*. 8 de julio de 2005.

tercambio y en general la circulación de muchas mercancías y objetos diversos en el espacio social.

Javier es hijo de Yara y Javier, de quienes hablé en la sección anterior de este trabajo. Él nació en Monterrey pero desde 1989 vive en San Antonio. Está casado y vive en la zona North Central (centro norte), una de las más caras de la ciudad según una corredora de bienes raíces de gran experiencia.<sup>45</sup>

En Monterrey viven los papás de Javier y tres de sus cuatro hermanos. Cuando Javier y su esposa se instalaron en San Antonio, los parientes de Javier comenzaron a visitarlos con mucha frecuencia. Era la oportunidad para hospedarse en San Antonio de manera gratuita e ir de compras todo el tiempo a los diferentes *malls* de la ciudad. Los primeros meses y años de la estancia de Javier y su esposa en San Antonio se caracterizaron por las visitas familiares y los encargos que le hacían principalmente su madre, su hermana y sus tíos. A casa de Javier llegaban artículos como ropa o adornos para alguna primera comunión que su hermana había comprado por internet y que después Javier llevaría a Monterrey; también se recibían llamadas de su madre o alguna tía pidiendo un artículo en especial de alguna tienda o centro comercial. Cuando se acercaba algún viaje de Javier a Monterrey, estos pedimentos aumentaban. Finalmente Javier y su esposa solicitaron que estos encargos terminaran. Ahora su hermana se vale de los servicios de una “chivera” de Laredo que recibe los artículos que aquella compra por internet. Lo que continúa en casa de Javier son las visitas familiares que no fallan en cada periodo vacacional o puente por algún día feriado.

El verano de 2004, el itinerario de visitas de la familia de Javier comprendió cinco fines de semana. Durante los mismos, quince personas, entre padres, hermanos y sobrinos estuvieron hospedados en la casa en diferentes momentos. Éste, de acuerdo con la opinión de la familia Garza, fue un verano rutinario, al igual que sus actividades en San Antonio que se resumen en una sola: hacer consumo.

---

<sup>45</sup> Entrevista con Karla. Diario de campo del 14 de julio de 2005.

En San Antonio, los Garza dedican casi todo el día para ir de compras. El verano de 2004, el itinerario de la hermana y los papás de Javier en una semana, se compuso de tres visitas a un centro de diversiones llamado Fiesta Texas y visitas diarias al North Star Mall, Wal Mart y Target, estas últimas son dos de las cadenas de autoservicio más grandes de Estados Unidos (véase cuadro 2).

Tanto la hermana de Javier como sus papás, dedicaron la mayoría del tiempo de su estancia a comprar ropa, a tal grado que el día que entrevisté a sus padres, me dijeron que todo lo que en ese momento vestían lo habían comprado en San Antonio. Como cada año, la hermana de Javier compró los útiles escolares para sus hijos que pronto regresarían a la escuela.<sup>46</sup>

Sobre los encargos que la familia le hace a Javier, él mismo comenta:

a nosotros siempre nos encargan mil cosas, desde aspirinas, *Tylenol*, de repente una batidora. Ahora no tanto porque ya hay muchas cosas en México, pero hasta una maceta que estaba en una tienda. En una época, no ha pasado tanto últimamente, pero ordenaban cosas por internet para que nos las mandaran aquí a San Antonio y yo se las llevaba cuando iba. Por ejemplo, cualquier cantidad de camisas de GAP que las encontraron y las compraron, hasta mi hermana que iba a tener una primera comunión y encontró unos angelitos en una tienda en Canadá [por internet].<sup>47</sup>

Y cuando los de Monterrey vienen también se van con encargos. Yara, la madre de Javier, me comentó que tiene siete hermanas y “siempre me encargan cosas que luego no les gustan y hay que devolver, como ropa”, así es que mandan la ropa con algún familiar que haga el viaje a Laredo o McAllen, y piden a esta persona que vaya a la tienda de la misma cadena en donde compraron la prenda, para que la cambien.

En su viaje de julio de 2004, una de sus hermanas le encargó a Yara zapatos y algo de ropa. Esta hermana le encarga tantas cosas que Yara ya conoce sus medidas. Para Yara es importante cumplir con los

---

<sup>46</sup> Diario de campo del 11 de noviembre de 2004.

<sup>47</sup> Diario de campo del 26 de julio de 2004.

**CUADRO 2 Itinerario de visitas de la familia Garza a Javier, en San Antonio, durante el verano de 2004 (información recabada en diferentes entrevistas con la familia Garza principalmente durante el verano y otoño de 2004).**

- Fin de semana 1* Viernes por la noche: llega a San Antonio un hermano de Javier con su esposa y sus dos hijos.  
Domingo por la tarde: el hermano de Javier regresa a Monterrey. Su esposa y sus dos hijos se quedan a pasar el resto de la semana.
- Fin de semana 2* Viernes por la noche: El hermano de Javier regresa de Monterrey.  
Domingo por la tarde: El hermano de Javier y su familia salen de regreso a Monterrey.
- Fin de semana 3* Viernes por la tarde: llegan a San Antonio la hermana de Javier, sus cuatro hijos y el padre y la madre de Javier.
- Fin de semana 4* Lunes al medio día: la hermana de Javier sale rumbo a Monterrey junto con tres de sus hijos.  
En casa de Javier se quedan sus padres y una sobrina.
- Fin de semana 5* Jueves por la noche: llega otro hermano de Javier junto con su esposa y sus dos hijos.  
Domingo por la tarde: todos salen rumbo a Monterrey.

En general, la actividad principal fue hacer compras y visitar parques de diversiones. De manera más específica, durante la semana posterior al fin de semana número tres, el itinerario de actividades fue como sigue: 5 visitas al North Star Mall, 3 visitas a Wal Mart, 3 visitas a Fiesta Texas (Actividad principal: comprar ropa y útiles escolares).

encargos pues “como yo también encargo pues ni modo”. Por eso, Yara también trae encargos de su madre. Ésta, por ejemplo, le encarga aceite Maizola que, aunque se vende en Monterrey, es mucho más barato en San Antonio.<sup>48</sup>

La ropa es tal vez el principal artículo que los Garza hacen circular. Como mencioné cuando entrevisté por primera vez a los padres de Javier, en San Antonio, afirmaron que todo lo que en ese momento vestían lo habían comprado en esa ciudad. Ese día, el señor Javier

---

<sup>48</sup> Entrevista con Yara. Diario de campo del 28 de julio de 2004.

había comprado varias camisas de una marca que él prefiere pues “estaban muy baratas, por el precio en que las compré, hubiera comprado una o dos en Monterrey”.<sup>49</sup> La hermana de Javier compra principalmente ropa tanto para ella como para sus hijos, y el resto de la familia hace lo mismo. Ya en la sección anterior hice referencia a las enormes cantidades de ropa que Yara, la mamá de Javier, compraba junto con sus hermanas cuando viajaban a Laredo, Texas, hace varias décadas.

Es difícil afirmar que el caso de la familia de Javier sea típico, pues se trata de una familia de muy altos ingresos. También es complicado saber cuántas familias de Monterrey hacen visitas de este tipo a algún familiar en San Antonio. Lo que es un hecho es que la familia de Javier forma parte de un fenómeno social amplio y con muy diversas aristas, el del consumo de los mexicanos en la ciudad de San Antonio, en donde los regiomontanos juegan un papel importante.

El caso de los Pérez muestra que los flujos de personas y objetos en torno al consumo no son exclusivos de familias adineradas. Los Pérez crecieron en la colonia Independencia, uno de los barrios más antiguos y populares de Monterrey. Como mencioné en la introducción, actualmente cuatro de los hermanos Pérez viven en San Antonio y cuatro en Monterrey.

Cada que viaja a Monterrey, Paty, una de las hermanas Pérez, lleva regalos para sus hermanas. A Rosa le lleva siempre papel aluminio, café Folgers colombiano y harina. A su hermana Alma le lleva Té Lipton. También lleva ropa nueva y usada. Cuando es nueva, la vende a conocidos, o sus hermanas comentan con conocidas de ellas y van a ver la ropa que Paty trajo. La ropa usada también la ofrece en venta, aunque a un precio menor. Dentro de la ropa usada, siempre lleva algo para sus hermanas. Además, lleva regalos para sus sobrinos de diferentes edades.

Al igual que hace su hermana Elena, Paty lleva objetos que encuentra a muy bajo precio en bazares, como batidoras o licuadoras.

---

<sup>49</sup> Diario de campo del 28 de julio de 2004.

Por su parte, Elena eventualmente también lleva cosas para vender a Monterrey, son cosas usadas, que ya no tienen uso en su casa o que encontró a bajo precio en algún bazar. Se trata de artículos como “Avón Americano”, dip de espinacas, zapatos, dulces y algunos aparatos electrónicos. Ella considera que sólo lo hace como una manera de recuperar el gasto que hace en el viaje.

Polo, uno de los hermanos Pérez, constantemente pide a quienes viajan a Monterrey, botellas de tequila, pan de Bustamante, turcos y glorias.<sup>50</sup> Además, su hermana Rosa envía a Polo y sus hermanos quesos, tostadas, crema, tortillas para enchiladas, galletas Gamesa Surtido Rico y Craquets, “porque allá también las venden pero dicen que como están muy viejas no saben igual”.<sup>51</sup>

Cuando Rosa viaja a San Antonio sus hermanos la llaman con anticipación y ella hace una lista de todo lo que quieren que les lleven. “De hecho, ya sabemos lo que quieren, pero si quieren algo especial, nos dicen, ahora mándame esto, o tengo ganas de tostadas. Yo llevo el queso, las tortillas, el chile, todo y hacemos las enchiladas, o también llevo cabrito congelado”. En el sentido contrario, a Rosa y su familia sus hermanos le envían ropa, tenis, zapatos. “A mí me gusta usar este tipo de zapatos que traigo, son de la marca SAS, porque me siento muy a gusto con ellos, con éstos no me canso, me compro un par en invierno y otro en verano, siempre en San Antonio. Mi esposo también se compra de una sola marca que sólo está allá”.<sup>52</sup>

En su casa, Rosa tiene sábanas que compró en San Antonio. En la sala están las mesas esquineras que compró al hijo de Elena, cuando éste renovó el mobiliario de su casa en San Antonio. Los marcos de los cuadros del comedor y la sala también fueron comprados en San Antonio.

Cuando sus tíos van a viajar a Monterrey, el hijo de Rosa siempre les pide algo, alguna camisa, un pantalón, zapatos, tenis, y hasta aderezos que venden allá para hacer un dip de espinacas. También les pide chocolates “de los tres mosqueteros” y Té Liptón, “aunque no es

---

<sup>50</sup> Se trata de alimentos tradicionales de Nuevo León.

<sup>51</sup> Diario de campo del 7 de agosto de 2004.

<sup>52</sup> Diario de campo del 7 de agosto de 2004.

muy seguido que les pido, porque muchas veces vienen sin avisar".<sup>53</sup> De hecho, Alejandro, el hijo de Rosa, me dijo lo mismo que los Garza alguna vez, que él nunca compra ropa en Monterrey, sólo excepcionalmente, pues normalmente lo hace o en la frontera o en San Antonio.

Por su parte, Óscar, el otro hermano de los Pérez que vive en Monterrey, también recibe regalos y hace encargos. Él puede encargar paquetes con cuatro desodorantes que "allá cuestan lo que aquí vale uno". También ropa interior pues "es de mejor calidad y más barata". Además, aparatos electrónicos, "la última vez fue una televisión [...] me la trajo Paty"<sup>54</sup> Elena también le ha traído aparatos, aunque más pequeños, como el teléfono inalámbrico que tiene Óscar en su casa. A la esposa de Óscar sus cuñadas le traen estuches de maquillaje y cremas. Cuando estuvo embarazada, Elena le trajo crema para las estrías. De comida, Óscar les encarga queso Filadelfia para untar, un dip y mantequilla grande.

Los embarazos también son ocasión para el consumo. Durante su embarazo, Iliana, la hija de Rosa, hizo al menos dos viajes a San Antonio. Uno fue para comprarse ropa para el embarazo, y el segundo para comprar ropa y artículos que necesitaría para el bebé (carreola, ropa, colchas, sábanas, utensilios). Las hermanas de Rosa, por su parte, le llevaron desde San Antonio ropa y pañales.

En general, Rosa hace dos viajes a San Antonio cada año. Estando ahí, combina las visitas familiares con las visitas a los centros comerciales. Aún y cuando ella se esmera por visitar a sus cuatro hermanos que viven en San Antonio, siempre tiene tiempo para ir de compras, y todos sus hermanos saben que hará el camino de regreso con la cajuela del auto llena de artículos. Lo mismo pasa cuando su hermano Juan visita la ciudad. Se gasta varios cientos de dólares en mercancías. Si viajan Juan y Rosa juntos, tal vez tengan dificultades para cerrar la cajuela del auto.

---

<sup>53</sup> Diario de campo del 14 de agosto de 2004.

<sup>54</sup> Diario de campo del 21 de septiembre de 2004.

## REFLEXIÓN FINAL

En esta sección desarrollaré cuatro argumentos principales. Primero, que el consumo forma parte de sistemas sociales más amplios compuestos por las relaciones de endeudamiento entre las personas. En este sentido, el consumo es una práctica con significados y fines que van mucho más allá de la mera consecución de un artefacto y el estatus que supone su propiedad. Segundo, que el consumo fronterizo refleja los significados que los actores dan a los territorios del espacio vivido. Tercero, que el espacio social reproduce y está constituido también por las desigualdades locales y territoriales. Cuarto, que el consumo es no es un acto de sumisión ante el mercado o las desigualdades entre los estados, sino una manera de crear y sostener relaciones sociales.

Al abordar estos cuatro argumentos, sostengo que el espacio social se constituye por las relaciones sociales y los significados que se objetivan en el consumo fronterizo, una práctica que supone la organización geográfica y espacial de territorios situados al norte y al sur de la frontera internacional, y de diferentes lugares e infraestructuras sociales y físicas, como las tiendas departamentales, los centros comerciales, las carreteras y el servicio de las chiveras.

Primer argumento. En la antropología son varios los trabajos que se han destacado por explicar las relaciones sociales entre personas que viven en lugares distantes y la importancia que en ello tienen ciertos objetos. El trabajo de Malinowski es un buen ejemplo de ello. El antropólogo descubrió un sistema total de intercambios altamente complejo y extendido: el *kula*. Se trata de brazaletes, collares y otros objetos que circulan en sentidos contrarios a través de varias islas en Oceanía. De acuerdo con los hallazgos de Malinowski, más que meros intercambios, el *kula* es un fenómeno de considerable importancia teórica ya que afecta “profundamente” la vida de aquellos que participan del sistema al intervenir en los deseos e ideas que las personas tienen (Malinowski 1995, 20). En torno al *kula* “las fechas se fijan, los preliminares se hacen, las expediciones se preparan y la organización social se determina no de cara al comercio, sino de cara al *kula*” (*ibid*).

El sistema de intercambios *kula*, tiene una fuerte relación con elementos mágicos y ceremoniales que “descansan en un gran fondo de

leyenda. Hay una rica mitología sobre el *kula* en la cual se cuentan historias de los lejanos tiempos en que los míticos antecesores viajaban en expediciones lejanas y audaces” (Malinowski 1995, 113). Es a través de tal leyenda y de tales intercambios que se conforma una comunidad *kula* que va unida en las expediciones ultramarinas.

A través de las historias se comparten los órdenes geográficos, sociales y simbólicos del espacio vivido. En este trabajo he tomado el consumo fronterizo como aquella práctica que demuestra la constitución de tal espacio a través de la existencia de recuerdos y prácticas que involucran distintos territorios, lugares y flujos.

Como sistema social, el consumo fronterizo no sucede en el vacío, no es una mera actividad de compra ni de búsqueda de un estatus que no se tiene, sino una práctica cuya relevancia radica en la oportunidad de reproducir los lazos sociales (familiares o de amistad) y sentimientos de pertenencia. Esto sucede no sólo entre aquellos que emigraron y los que se quedaron, sino que, a través de los encargos y los regalos, sucede también entre quienes se desplazan para hacer consumo y quienes se quedan en Monterrey (familiares, amigos, miembros de un grupo social o laboral). Así, por cada consumidor hay muchas otras personas que recibirán regalos o encargos, y después de cada viaje de una chivera, habrá decenas o cientos de personas que, sin haberse desplazado, adquirirán objetos provenientes de lugares distantes. Los desplazamientos (las “expediciones”), la circulación de objetos y las estrategias y organizaciones para las compras (los “preliminares”), expresan relaciones complejas de comercio, intercambio y endeudamiento.

Pero ¿por qué las personas siguen viajando, por qué siguen buscando objetos al otro lado de la frontera, por qué siguen dando hospedaje, regalando o haciendo encargos y qué significan estas actividades? Para responder a esta pregunta vale la pena preguntarse con Mauss (1995, 148), ¿Cuál es la regla del derecho y del interés que en las sociedades hace que el presente recibido sea obligatoriamente devuelto? O ¿Qué fuerza hay en la cosa que damos que obliga al receptor a devolverla? (Mauss 1995, 148). El mismo Mauss responde que no son los individuos sino las colectividades las que se obligan mutuamente, las que intercambian y contraen dichas obligaciones. Se

trata pues de intercambios entre “personas morales” (clanes, tribus, familias). Estos intercambios se enganchan en una forma voluntaria, por medio de regalos que, en el fondo, son rigurosamente obligatorios. Esto es a lo que Mauss llama el Sistema de Prestaciones Totales (Mauss 1995, 151).

En los flujos descritos en este trabajo, cada persona parece estar obligada a traer objetos para otras personas que antes hicieron lo mismo o posiblemente lo harán en el futuro, y más aún, muchas personas parecen estar obligadas a buscar y tener esas mercancías que se encuentran en un territorio distante, para lo cual deben cubrir itinerarios difíciles, programar viajes o pagar a otras que se desplazan.

Estos flujos de objetos y desplazamientos son importantes entre personas que no viven en el mismo lugar, que habitan en territorios distantes, pero que conforman el mismo espacio de vida a través de sus relaciones de intercambio (topología). En este sentido, la relación entre los actores no es sólo su consanguinidad o su pertenencia a un mismo grupo familiar, sino los intercambios mismos, éstos hacen que las personas se sientan realmente vinculadas. Es por esto que, al compartir ciertas prácticas de consumo, los habitantes de la región fronteriza (aún y cuando sean desconocidos) confirman que hay personas como ellas, que viven desplazándose y haciendo circular objetos. En este contexto, los objetos que circulan, los favores y servicios que se hacen y las movilidades que éstos implican son acciones necesarias “para hacer visibles y estables las categorías de una cultura”,<sup>55</sup> para establecer y mantener órdenes sociales. Esa es la razón por la cual la gente necesita hacer circular objetos, cumplir favores y/o desplazarse. Es así que se descubre como totalmente lógico desplazarse para adquirir objetos más allá de una frontera que se supone está ahí para contenerlos, o que contrate los servicios de una persona para que traiga esos objetos hasta el lugar en que estoy.

Segundo argumento. ¿Por qué esas compras se deben hacer al otro lado de la frontera? ¿Qué significan esos lugares y ese territorio al otro lado? Recordemos que la familia Garza subraya constante-

---

<sup>55</sup> Función que de hecho Douglas e Isherwood (1990, 74) atribuyen al consumo.

mente que las mercancías que compran en Estados Unidos son más baratas. ¿Por qué una familia de su condición económica habría de preocuparse por comprar ropa barata? Se trata del discurso de las compras del cual habla Miller (1999). Muchas de esas mercancías en realidad se pueden comprar también en México, no obstante, se asume que al norte de la frontera se conseguirán a menor precio. Esto es entre otras cosas, una manera de anunciar la creencia de que una mercancía adquirida en Estados Unidos tiene garantía de buena calidad (En México lo barato es barato porque tiene poca calidad). En este contexto, el consumo es una de las maneras en que se objetivan una serie de creencias sobre lo que son Estados Unidos y lo que es México, o lo que es lo norteamericano y lo mexicano.

De acuerdo con Miller (1999), el consumo es visto normalmente como algo negativo, es decir, es un valor negativo dejarse atrapar por las mercancías, hacerlo sería tener una actitud hedonista, egoísta y poco sacra. Al mismo tiempo, lo que Miller llama el discurso de las compras también da un gran valor al ahorro. El acto de comprar debe estar acompañado del ahorro como una forma de convertirlo en un acto de bondad. Por esto, las compras se convierten en ahorro, a tal grado que este último se convierte en un fin último. Vamos de compras para vivir la experiencia de ahorrar, y los centros comerciales no nos ofrecen mercancías para comprar, nos ofrecen mercancías para ahorrar. Toda la publicidad que los centros comerciales de San Antonio, McAllen y Laredo hacen en Monterrey a través de anuncios panorámicos, publicidad impresa y televisiva, son invitaciones para ahorrar, no para gastar. Y actualmente existen “nuevas formas de cazar ofertas” (Miller 1999, 71), como las búsquedas de ofertas que la hija de Yara y Javier Garza hace en las páginas web de las tiendas de Laredo, para solicitar a una chivera que le traiga ciertos objetos hasta Monterrey.

Mediante el ahorro se invierte la relación que en un principio ofrece la frontera. Es decir, se pasa del hecho de que el consumo y el consumismo (malo, negativo, poco sagrado) están en el norte de la frontera, al hecho de que es ahí en donde está la posibilidad del ahorro. En este sentido, se puede hacer la misma analogía que Miller hace entre el consumo y el sacrificio.

Para Miller (1999, 20 y ss.) la primera etapa del sacrificio comprende una visión de exceso, como la que se encuentra en los discursos sobre las compras y no en las prácticas reales. La segunda etapa supone los ritos centrales por medio de los cuales se niegan los discursos. Así, “el ritual se torna hacia la constitución de una imagen de trascendencia y la obediencia ante la misma. El aspecto central de este ritual es una división de los objetos de sacrificio entre aquellos que se ofrecen a la deidad y aquellos que se conservan para el consumo humano”. Un ritual central, de acuerdo con el mismo autor, es la experiencia a través de la cual un acto de comprar (gastar) se convierte en un acto de ahorro, en donde el objeto comprado se diviniza al reconocerlo como la objetivación de un ahorro.

La tercera etapa del sacrificio supone el traslado de “aquellos que ha sido santificado al pasar por los ritos de sacrificio, pero que ahora regresa a la esfera de lo profano” (*ibid*). En términos de Bauman (2000), se trata del consumo en sus dos sentidos, el de apropiación (compra) y el de destrucción (uso, desgaste, agotamiento). Para el caso presentado aquí, la “esfera de lo profano” se encuentra al sur de la frontera, ahí en donde los consumidores viven físicamente, usando y gastando las mercancías “preciosas”.

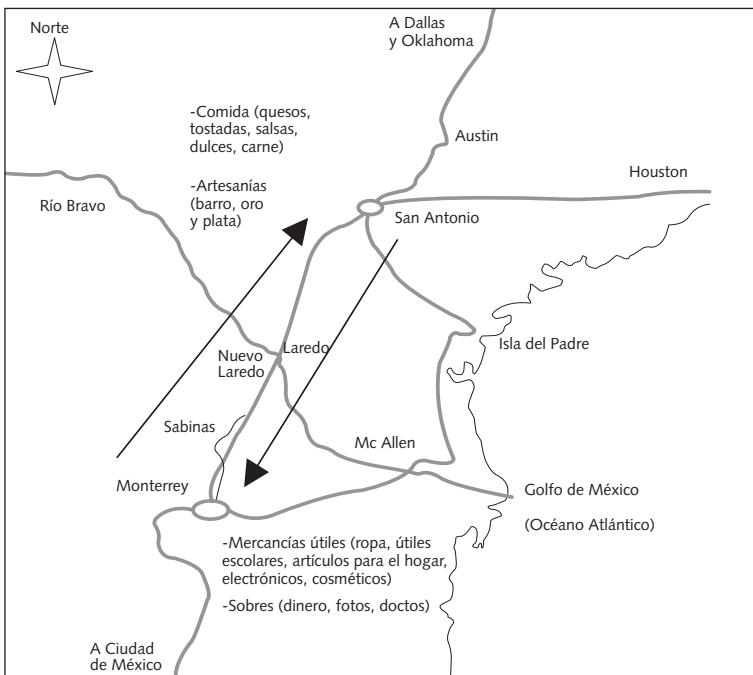
Tercer argumento. Los flujos que constituyen el espacio social son expresión y reproducción de diversidades y desigualdades, de la fragmentación que caracteriza al espacio (Pries 2001, 14). En este sentido, las prácticas y los desplazamientos en el espacio social están mediados por relaciones de poder que determinan dónde, cómo, cuándo y quiénes pueden constituir flujos (Urry 2000, 54). Así, la libertad de cruzar la frontera es sólo de algunos, y la posibilidad de conseguir las mercancías “preciosas” al otro lado de la frontera es sólo de algunos también. En este marco, los flujos y las prácticas relacionadas con el consumo aumentan el poder de algunas personas, instituciones y lugares, y disminuyen el de otros. En términos de Urry (2000, 76), esto significa una nueva espacialización de la desigualdad social, la cual también se manifiesta en los diferentes significados y funciones atribuidos o ejercidos por los lugares que constituyen el espacio social. Así, hay una gran diferencia entre aquellos que se pueden desplazar en auto propio, aquellos que deben hacerlo

en transporte colectivo y aquellas que no pueden cruzar la frontera legalmente. Hay diferencias entre aquellos que van a Laredo y quienes van a McAllen, y entre quienes adquieren mercancías nuevas y aquellos que compran algo usado.

La desigualdad del espacio social no sólo está entre un lado sur y un lado norte. De acuerdo con Pries (1997, 18), en su explicación sobre la conformación de los espacios sociales transnacionales entre los inmigrantes, dichos espacios se componen de sistemas de desigualdades sociales que se encuentran en los diferentes territorios que los constituyen. En el caso de un espacio social atravesado por una frontera internacional, las desigualdades tienen que ver con la posibilidad o no de sostener vínculos, pero también con la manera en que las personas deben organizarse para sostenerlos. Las prácticas de consumo son distintivas en este sentido, al igual que lo son los objetos que circulan, la posibilidad de desplazarse frecuente o rápidamente, o de ir o no a un determinado lugar (Laredo, McAllen, San Antonio o La Isla) del espacio social.

Cuarto argumento. El consumo fronterizo no debe ser entendido como la sumisión de los consumidores ante el mercado, mucho menos como acciones que simplemente expresan el deseo de mantener, adquirir o pretender cierto estatus. Más bien, el consumo que los regiomontanos o los norestenses hacen en el sur de Texas debe ser visto como una opción que los actores sociales tienen para, a partir de la particularidad de un bien, “crear relaciones fluidas, en oposición directa a la vastedad de los mercados y los estados” (Miller 1999, 178). Así, la expresión de la complejidad de nuestras relaciones a través del consumo nos reafirma que no somos simples criaturas y categorías del capitalismo o del Estado (*ibid*). En este sentido, el espacio social se constituye por el entendimiento y la interpretación que los actores hacen de una realidad estructurada en torno a la presencia de una frontera internacional, y el significado que otorgan a la práctica de consumo y a la importancia de dar o recibir objetos preciados, que en este caso son mercancías que se adquieren en centros comerciales.

Mapa general de los lugares del espacio social fronterizo para el consumo en el noreste de México y sur de Texas



## BIBLIOGRAFÍA

- ACEVES, Jorge, "La historia oral y de vida: del recurso técnico a la experiencia de investigación", en Jesús Galindo Cáceres (coord.), *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*, México, Addison Wesley Longman, 1998, 207-276.
- AGNEW, John, "Introduction", en John Agnew A. y James S. Duncan, *The power of place. Bringing together geographical and sociological imaginations*, Cambridge, Cambridge University Press, 1989, 1-8.
- BAUMAN, Zygmunt, *Trabajo, consumismo y nuevos pobres*, Barcelona, Gedisa, 2000.
- BESSERER, Federico, *Topografías transnacionales. Hacia una geografía de la vida transnacional*, México, UAM, Plaza y Valdés, 2004.

- CAÑAS, Jesús, Roberto CORONADO y José Joaquin LÓPEZ, "Cyclical Differences Emerge in Border City Economies", en *Vista south Texas Economic Trends and Issues*, Federal Reserve Bank of Dallas, San Antonio Branch, issue 2, 2005, 1-5. [www.dallasfed.org/research/vista/vist0502a.pdf](http://www.dallasfed.org/research/vista/vist0502a.pdf)
- CASTELLS, Manuel, *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*, vol. I, La sociedad red, México, Siglo Veintiuno editores, 2005.
- CERUTTI, Mario, "Estudio introductorio", en Mario Cerutti y Miguel Á. González Quiroga, *Frontera e historia económica. Texas y el norte de México (1850-1865)*, México, UAM, 1993, 7-27.
- "Comercio, guerras y capitales en torno al río Bravo", en Mario Cerutti y Miguel A. González Quiroga, *El norte de México y Texas (1848-1880)*, México, Instituto Mora, 1999, 13-111.
- *Propietarios, empresarios y empresa en el norte de México*, México, Siglo XXI editores, 2000.
- CERUTTI, Mario y Miguel A. GONZÁLEZ QUIROGA, *El norte de México y Texas (1848-1880)*, México, Instituto Mora, 1999.
- DOUGLAS, Mary y Baron ISHERWOOD, *El mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo*, México, CONACULTA, Grijalbo, 1990.
- DURIN, Severine, "Sur les routes de la fortune. Commerce à longue distance, endettement et solidarité chez les Wixaritari (Huichol), Mexique", tesis de doctorado en Antropología, Universidad Paris III-Sorbonne Nouvelle, Instituto de Altos Estudios de América Latina, 2003.
- FARET, Laurent, *Les territoires de la mobilité. Migration et communautés transnationales entre le Mexique et les États-Unis*, París, CNRS Editions, 2003.
- FREMONT, Armand, *La region, espace vécu*, París, Presses Universitaires de France, 1976.
- HIERNAUX-NICOLAS, Daniel, *La geografía como metáfora de la libertad. Textos de Eliseo Reclus*, México, Plaza y Valdés, Centro de Investigación Científica "Ing. Jorge L. Tamayo" A.C., 1999.
- HOFFMANN, Odile, "Del territorio étnico a la ciudad: las expresiones de identidad negra en Colombia a principios del siglo xxi", en B. Nates (comp.), *Territorio y cultura. Territorios de conflicto y cambio sociocultural*, Manizales, Colombia, Universidad de Caldas (versión electrónica facilitada por la autora), 2002, 1-30.

- HOFFMANN, Odile y Fernando I. SALMERÓN CASTRO, "Introducción. Entre representación y apropiación, las formas de ver y hablar del espacio", en Odile Hoffmann y Fernando I. Salmerón Castro, *Nueve estudios sobre el espacio. Representación y formas de apropiación*, México, CIESAS, 1997, 13-29.
- LAW, John, "Objects and Spaces", *Theory, Culture & Society*, vol. 19, núm. 5-6, 2002, 91-105.
- LEFEBVRE, Henri, *The Production of Space*, Oxford, Blacwell Publishing, 1991.
- MALINOWSKI, Bronislaw, *Los argonautas del pacífico occidental. Comercio y aventura entre los indígenas de la Nueva Guinea melanésica*, Barcelona, Península, 1995.
- MAUSS, Marcel, "Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques", en Marcel Mauss, *Sociologie et anthropologie*, París, Quadrige, Presses Universitaires de Francés, 1995, 143-279.
- MILLER, Daniel, *Ir de compras: una teoría*, México, Siglo XXI Editores, 1999.
- MILLER, Tom, *En La Frontera*, México, Alianza Editorial, 1981.
- MOLINA, David J., "Impacto del TLC en el comercio al menudeo en la frontera de Texas con México", en Alejandro Dávila Flores (coord.), *TLC: Impactos en la frontera norte*, México, Investigación Económica, UNAM, 1993, 37-51.
- PRIES, Ludger, "The approach of transnacional social spaces. Responding to new configurations of the social and the spatial", en Ludger Pries, *New Transnational Social Spaces. International migration and transnational companies in the early twenty first century*, Londres, Routledge, 2001, 3-33.
- "Las migraciones laborales internacionales y el surgimiento de Espacios Sociales Transnacionales. Un bosquejo teórico-empírico a partir de las migraciones laborales México-Estados Unidos", 20º Congreso Internacional de la Latin American Studies Association, Guadalajara/Méjico, abril de 1997 (versión mecanografiada proporcionada por el autor).
- SANDOVAL HERNÁNDEZ, Efrén, "Impacto económico del consumo regional montaño en San Antonio, Texas", en Isabel Ortega (coord.), *El Noreste. Reflexiones*, Monterrey, Fondo Editorial Nuevo León, INVITE, 2006, 171-187.

- \_\_\_\_ “Movilidad, circulación e intercambios en el espacio social Monterrey, NL.-San Antonio, Texas”, tesis de doctorado en Antropología, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, México, octubre de 2006b.
- URRY, John, “Mobile Sociology”, *British Journal of Sociology*, vol. 51, núm. 1, enero / marzo, 2000, 185-203.
- VIQUEIRA, Juan P., “Regiones naturales, regiones nominales y regiones vividas”, ponencia presentada en VI Simposio de Historia y Antropología Regionales, organizado por la Universidad Autónoma de Baja California Sur, 1994.
- WEBER, Devra, Roberto MELVIL y Juan Vicente PALERM, *Manuel Gamio. El inmigrante mexicano. La historia de su vida. Entrevistas completas, 1926-1927*, México, SEGOB, INM, UC-MEXUS, CIESAS, Porrúa, 2002.

FECHA DE RECEPCIÓN DEL ARTÍCULO: 30 de enero de 2007

FECHA DE ACEPTACIÓN Y RECEPCIÓN DE LA VERSIÓN FINAL: 12 de octubre de 2007