

EL CUAUHTÉMOC DE TROYA

USO Y RESIGNIFICACIÓN
DEL ESPACIO PÚBLICO EN MONTERREY

EDUARDO RAMÍREZ

1



SERIE
CEIIDA

EDUARDO RAMÍREZ

San Luis Potosí, 1961

Editó la publicación *velocidad crítica* (2000-2007), que participó en la Primera Bienal de Praga (2003) y en Documenta 12 magazines (2007). Es autor del libro *El triunfo de la cultura. Uso económico y político de la cultura en Monterrey* (2009). Ha escrito artículos en revistas y capítulos de libros en México y España. Junto con Alberto López Cuenca editó *Propiedad intelectual. Nuevas tecnologías y libre acceso a la cultura* (2009).

Fue tallerista del Programa de Fotografía Contemporánea (PFC), que coordinó Javier Ramírez Limón (Monterrey, Pachuca, 2011-2015). Participó en el Encuentro de Investigadores y Críticos de Arte Trasatlántica, Photo-España (México, Montevideo, Valparaíso, 2011-2013); en el SITAC XIII Fase 3 (Cholula, 2016), en Abajo el Muro, Arte y Emancipación desde 1989 (MUAC, ITESO, BUAP, 2019) y Museo digital. Ciudadanía y cultura (MUAC, Telefónica, 2020). Lo han corrido de todas las universidades de Monterrey.

EL CUAUHTÉMOC DE TROYA

Primer tomo de la Colección CEIIDA

Eduardo Ramírez

El Cuauhtémoc de Troya (2021. CEIIDA-UANL)

Centro de Investigación, Innovación y Desarrollo de las Artes

ISBN: 978-607-27-1495-3

Rogelio G. Garza Rivera

Rector

Santos Guzmán López

Secretario General

Celso José Garza Acuña

Secretario de Extensión y Cultura

Marcela Quiroga Garza

Directora del CEIIDA

Rocío Cárdenas Pacheco

Coordinadora de Investigación CEIIDA

Elsa Deyanira Caballero Cantú

Coordinadora de Comunicación CEIIDA

© Universidad Autónoma de Nuevo León

© CEIIDA

© Eduardo Ramírez

© D. R. Colección CEIIDA

DISEÑO EDITORIAL

José Eduardo Mallén Lomas

CEIIDA

Praga s/n, Campus Mederos, UANL

Monterrey, Nuevo León, México. C.P. 64930

Teléfono: 818-329-4000 Ext 8000

Página web: ceiida.uanl.mx

Se prohíbe la reproducción total o parcial de esta obra –incluyendo el diseño tipográfico y de portada–, sin el permiso por escrito del editor.

Impreso en México



UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN



CULTURA
UANL



CEIIDA

EL CUAUHTÉMOC DE TROYA

USO Y RESIGNIFICACIÓN
DEL ESPACIO PÚBLICO EN MONTERREY

EDUARDO RAMÍREZ

1



SERIE
CEIIDA

Contra la teoría de Monterrey **7**

Capítulo 1

El Cuauhtémoc de Troya **11**

- i. Dispositivo ideológico de inclusión nacional 14
- ii. El nuevo Cuauhtémoc 21
- iii. Arte y publicidad: medios de difusión ideológica 24
- iv. Etiquetas y apropiaciones 30
- v. Orgullosamente indio 34

Capítulo 2

Ideología en las paredes **41**

- i. ¿Educación socialista en Monterrey? 44
- ii. Desideologización de los murales 48
- iii. Nomadismo, trazo y ciudad 52
- v. Algunas capitalizaciones del grafiti 58
- vi. El color de la indiferencia 61
- vii. Los colores de la gentrificación 67

Capítulo 3

De la plaza pública al suplemento social **73**

- i. La construcción de la apariencia 76
- ii. Una mirada otra 80
- iii. Ciudad, imagen del deseo 84
- iv. Desplazamiento y subjetividad 92
- v. Lo único constante es el capital 97

Tabla de contenido

Capítulo 4	
Una placa de concreto	99
i. Manifestaciones obedientes	102
ii. Asentamientos espontáneos	106
iii. Despojo urbano	111
iv. Del trabajo a la indigencia	115
v. Producir bienestar	117
vi. Contra una lápida	125
vii. Participación ciudadana	131
viii. ¿Conciencia petrificada?	139
Capítulo 5	
Ciudad fracturada	143
i. Fuentes violentas	146
ii. Industria y violencia	150
iii. Unión y rasgadura	155
iv. Violencia real y simbólica	160
Capítulo 6	
Del Campus al Distrito Universitario	171
i. Construcción, oasis del capital	174
ii. Campus y ciudad	179
iii. La gentrificación y sus agentes	184
iv. ¿El conocimiento al servicio del capital?	194
v. El discurso como espacio público	200
Bibliografía	211

Contra la teoría de Monterrey

Monterrey es una teoría que dio sentido a su comunidad y a su desarrollo por casi un siglo.

En la segunda década del siglo XXI, la ciudad de Monterrey experimentó una serie de cambios que la cuestionaron y la hicieron experimentar un retiro hacia lo privado hasta resultar en un vacío, debido –entre otras cosas– a la crisis de inseguridad que desmembró la movilidad de la ciudad. Este libro pretende registrar –hacernos conscientes de– los cambios culturales, para volverlos procesos reflexivos y que no se queden solo en reacciones efímeras.

El libro se presenta como un ensayo de cultura visual: imágenes fotográficas o de los medios, arte, diseño de etiquetas, graffiti, murales, la arquitectura simbolizada en la construcción de un perfil urbano, las maneras en las que las personas toman –o son despojadas o arrojadas hacia– la calle y se apropian simbólicamente de algunos lugares, son los sujetos de este análisis.

El libro consta de seis capítulos en los que, partiendo de una imagen, se analizan las transformaciones y diálogos que entabla en

distintos ámbitos sociales. A través de algunas de sus manifestaciones en la ciudad, se evidencia cómo el espacio público ha cambiado su uso y sus valores simbólicos a lo largo de las últimas décadas.

En el primero, *El Cuauhtémoc de Troya*, la etiqueta de la cerveza Cuauhtémoc (luego Indio) que toma su imagen de una estatua, nos sirve para hablar de cómo, en esta imagen, se fincó la ideología del capital en Monterrey, alrededor del trabajo y la cerveza, a través de las imágenes del arte y de las etiquetas de sus diferentes marcas y de cuál es la relación que esta ideología establece para entender las comunidades de las que depende para construir capital.

En *Ideología en las paredes*, nos enfocamos en las manifestaciones visuales en los espacios públicos: murales, graffitis, la publicidad o la señalización en los edificios para entender cómo, las diferentes ideologías que se mueven en la ciudad, utilizan los muros de las calles como un campo de batalla y cómo el resultado es un palimpsesto de esos poderes.

De la plaza pública al suplemento indaga cómo las relaciones sociales se fijan a través de la fotografía, en una mirada; y cómo éstas cambian conforme el espacio de encuentro transita de la plaza pública hacia el centro comercial para, finalmente, llegar al suplemento social como apoteosis de la reproductibilidad de la imagen.

En el cuarto capítulo, *Una placa de concreto*, revisamos el impacto que la construcción de la Macroplaza tuvo para la vida de la ciudad y sus grupos sociales. Incluimos, como parte de esta reconfiguración social del espacio público, la permisividad, el surgimiento y visibilización de algunos movimientos sociales relacionados, o no, con las demandas que el crecimiento de la ciudad implicaba (vivienda, justicia, representatividad política...).

La ciudad fracturada, es una exploración de cómo la violencia –sea natural o simbólica– ha aquejado y fundado las prácticas de la ciudad, desde el territorio donde se fundó hasta la forma de fincar su desarrollo, y las fragmentaciones que esta violencia implica para su población.

El capítulo final, *Del campus al distrito universitario*, cierra con un análisis de la manera en que las universidades –desde que construyeron su campus universitario hasta que se han vuelto gestoras de la nueva planeación urbana– han perfilado a la ciudad. La metrópoli es una manifestación de este orden espacial de saber y poder. Desde la mitad del siglo XX, institucionalmente o con sus egresados, han colaborado con los desarrolladores urbanos en la construcción de un discurso del capital que –en apariencia– favorece a la comunidad, pero a costa de la inequidad.

La relevancia del espacio público se ve reflejada también en la estructura del libro. Construido en base a una revisión de más de 70 fuentes bibliográficas, el resultado –además de una visión personal– es la confrontación de diversas voces que van conformando un diálogo vivo sobre el espacio público de Monterrey a lo largo de un siglo.

Algunos espacios "sobresignificativos" sirven para mezclar todos los mensajes y hacer imposible la decodificación.

De este modo, ciertos espacios producidos por promotores capitalistas están tan cargados de signos –signos de bienestar, felicidad, estilo, arte, riqueza, poder, prosperidad, etc.– que no sólo es borrado su significado fundamental (la rentabilidad), sino que cualquier significado desaparece por completo.

Henri Lefebvre

La calle es el lugar por excelencia para movilizar las ideas de orden social, por lo que es tanto el reflejo de las ideas dominantes, como de los sistemas de ideas de grupos minoritarios.

Camilo Contreras Delgado

La nueva espacialidad urbana es parcial en un doble sentido: da cuenta sólo de una parte de lo que sucede en las ciudades y de lo que ellas son, y ocupa sólo una parte de lo que podemos considerar como "el espacio de la ciudad", tanto si se entiende en términos administrativos, como en el sentido de los múltiples imaginarios públicos que pueden estar presentes en diferentes sectores de su población.

Saskia Sassen

El libro tradicional ha sido separado en páginas independientes, aumentado como un folio abierto de cien páginas, coloreado para mayor intensidad y llevado a la calle como un póster.

El Lissitzky

¿Pero no es cada rincón de nuestras ciudades un lugar del crimen?

Walter Benjamin

El derecho a la ciudad no es acceder a lo que los especuladores de la propiedad y los funcionarios estatales han decidido, sino el derecho activo a hacer una ciudad diferente, adecuada a nuestros anhelos, es el derecho a rehacernos también a nosotros mismos de acuerdo con una imagen diferente.

David Harvey

Capítulo 1

El Cuauhtémoc de Troya

De la calle a la etiqueta:
de la etiqueta a la calle.
Ideología, nacionalismo:
cerveza y discriminación

¡Qué locura tan grande, pobres ciudadanos! ¿Del enemigo pensáis que se ha ido? ¿O creéis que los dánaos pueden hacer regalos sin trampa? ¿Así conocemos a Ulises? O encerrados en esta madera ocultos están los aqueos, o contra nuestras murallas se ha levantado esta máquina para espiar nuestras casas y caer sobre la ciudad desde lo alto, o algún otro engaño se esconde: teucros, no os fiéis del caballo. Sea lo que sea, temo a los dánaos incluso ofreciendo presentes.

Eneida, Virgilio, Libro II.

El auténtico nacionalismo es aquel que solo lo es porque está profundamente basado en las capas más esenciales del ser psíquico de los pueblos. Que se manifiesta con sencillez, con naturalidad, que nunca es consciente y voluntariamente buscado, sino que va expresándose de una manera espontánea.

Manuel Morales Gómez

Para la Cervecería, el nombre de Cuauhtémoc fue sin duda un sinónimo de lucha permanente, de resistencia, de combate.

Francisco García Ramírez

Miguel Noreña esculpió un Cuauhtémoc como lo vemos mucho en botellas de cerveza, pero cuyos rasgos faciales son romanos.

Salvador Novo

¿Qué tiene que hacer Cuauhtémoc en Monterrey?

¿Por qué Cuauhtémoc,
en una ciudad sin fuertes
referentes indígenas?

¿Por qué la industria
fundadora del norte del
país, desde su ideología de
autonomía regional, decide
asignar, en su marca, un
nombre relacionado a los
orígenes de la nación y
promovido por Porfirio Díaz
y tomar como su logo un
monumento que se erigió en
la ciudad de México?

¿Cómo la cervecera ha utilizado
su marca, el arte y sus etiquetas
de manera ideológica?

¿Por qué a nadie le extraña?

i. Dispositivo ideológico de inclusión nacional

Monumento e industria

En 1910, para celebrar el centenario de la Independencia, se erigieron el Ángel de la Independencia, del arquitecto Antonio Rivas Mercado, en la ciudad de México; y, en Monterrey, el Arco de la Independencia de Alfred Gilles.

Veinte años antes, en la ciudad de México y en Monterrey se erigen dos edificaciones que, aunque coinciden exactamente en la iconografía, marcan diferencias esenciales en los motivos que les dan origen.

En 1887, dentro del gobierno de Porfirio Díaz, como un acto para construir nación, se inauguró en la ciudad de México el monumento a Cuauhtémoc, del escultor Miguel Noreña, en el Paseo de la Reforma —trazada en la época de Maximiliano y llamada originalmente Paseo de la Emperatriz. Este monumento era el inicio de un proyecto para establecer una narrativa urbana de personajes que rindiera homenaje a los constructores de la nación. Para anular el peso simbólico de la estatua anteriormente erigida de Cristóbal Colón (1883), la de Cuauhtémoc tenía el objetivo de generar un equilibrio y "mestizaje" en esta historia pública, complementada por una serie de estatuas de escala menor que configuraran esta narrativa nacional hasta llegar a la Reforma.

En 1892 en Monterrey, en ese espejo inverso de poder empresarial, se estableció, el edificio —diseño del arquitecto O. J. Wilhemi, desarrollado por el arquitecto Ernest Jansen— como un monumento industrial, pues formará un hito de identidad en la región: la Cervecería Cuauhtémoc.

*

La efigie de Cuauhtémoc, acuñada por la empresa desde 1890, alcanzó las dimensiones de un ícono, y junto a la hermosa cúpula del edificio porfiriano —que aún se mantiene como uno de los símbolos de la ciudad, en su logrado estilo ecléctico, parte neoclásico, parte industrial inglés decimonónico—, trazaron el sendero de su historia para edificar en grande allí donde parecía imposible construir lo modesto. (García Ramírez, 59)

Un indigenismo blanqueado

En el uso de la imagen de Cuauhtémoc, a finales del siglo XIX, se dan tres tipos de blanqueo

- Político: nacionalismo enraizado en un indigenismo para "venderlo" a una nación criolla.
- Ideológico: recurrir al indígena mártir, defensor, para evidenciar la necesidad de resistir a lo extranjero (¿en época de búsqueda de inversión extranjera?).
- Estético: erigir la imagen del indio bajo modelos clásicos y eurocentristas.

Nomenclatura contra la lógica

Si como un énfasis de su regionalismo, la mayoría de las empresas de la época fundadas por el mismo grupo llevan el nombre "Monterrey" (Fundidora de Fierro y el Acero de Monterrey, Vidriera Monterrey, Fábrica Monterrey) y la cervecería que la antecedió se llamó "El León" (1886), ¿por qué la fábrica fundacional de esta élite económica responde al nombre de "Cuauhtémoc"?

¿Qué es lo que gana, qué busca una burguesía que nunca pasó por la historia de la subordinación colonial y que no establece su poder desde lo criollo, al tomar un símbolo indígena como forma de legitimización social de su poder y capital?

¿Ante quién?, ¿de qué manera?

*

De las 9 cervecías con mayor producción para 1900 registradas en el Anuario Estadístico de la República [Peñafiel], la mayoría llevan el nombre del lugar donde están establecidas: Sonora, San Luis, Toluca, Chihuahua, La Perla (Jalisco), Central (ciudad de México).

Sólo tres tienen un nombre "simbólico", es decir, abiertamente político: Porfirio Díaz de Cuernavaca; Moctezuma (1894) en Veracruz y Cuauhtémoc en Monterrey. (Casares Puente, 21)

Parece ser una tendencia de la época el que las cerveceras fundadas con inversión extranjera lo oculten o equilibren con la marca de un monarca indígena.

*

La Cervecería Moctezuma fue fundada en 1896 por un grupo de empresarios conformado por Adolph Burhardt, E. von Alten, William Hasse y Henry Manthey, casi todos alemanes, que residían en la ciudad de Orizaba. (García Ramírez, 120)

La Cervecería Cuauhtémoc comenzó operaciones en 1890. Inició como una inversión conjunta entre los comerciantes regiomontanos y Robert Schnaider, el hijo de un cervecero de Saint Louis, Missouri. El norteamericano supervisó las operaciones hasta 1895, cuando sus socios mexicanos le compraron sus acciones. Como todos los cerveceros exitosos, los Garza Sada dominaron el arte de las relaciones públicas, promoviendo desde entonces la cervecería como una empresa fundada con capital mexicano. Aunque la historia de la empresa oculta el hecho, pocos llegaron a cuestionar el patriotismo de una empresa con el nombre de un emperador azteca. (Snodgrass, 28)

"La Cervecería Moctezuma fue fundada en 1896 por un grupo de empresarios conformado por Adolph Burhardt, E. von Alten, William Hasse y Henry Manthey, casi todos alemanes, que residían en la ciudad de Orizaba." (García Ramírez, 2006, p. 120)

"La Cervecería Cuauhtémoc comenzó operaciones en 1890. Inició como una inversión conjunta entre los comerciantes regiomontanos y Robert Schnaider, el hijo de un cervecero de Saint Louis, Missouri. El norteamericano supervisó las operaciones hasta 1895, cuando sus socios mexicanos le compraron sus acciones. Como todos los cerveceros exitosos, los Garza Sada dominaron el arte de las relaciones públicas, promoviendo desde entonces la cervecería como una empresa fundada con capital mexicano. Aunque la historia de la empresa oculta el hecho, pocos llegaron a cuestionar el patriotismo de una empresa con el nombre de un emperador azteca." (Snodgrass, 2008, p. 28)

Un símbolo que busca rearticular, desde el norte, la unidad nacional

Para borrar esa imagen separatista, fronteriza y ligada a los Estados Unidos heredada del vidaurismo, y aliándose así, a través del uso de los mismos signos, los empresarios tomaron la imagen de Cuauhtémoc para sumarse al nacionalismo del gobierno central de Porfirio Díaz.

*

As the primary element within a larger iconographical program, the Cuauhtémoc Monument embodied a conception of Mexican history which had been formulated by the liberal intelligentsia in the 1870s and 1880s, a "myth of unification", in Charles Hale's words, according to which Mexico, which had submitted to foreign domination at the Conquest, truly regained its freedom only after the expulsion of the French in 1867, and finally achieved national consolidation under the Díaz regime. (Fulton; 2008a, 22)

Para los socios mexicanos era fundamental imprimir a la empresa un sentido nacionalista con miras a una futura competencia en el extranjero. Desde antes de la fundación de la cervecería habían buscado un nombre que fuera representativo de lo mexicano. De ahí que eligieran el de Cuauhtémoc. La elección del monarca azteca que enfrentó con bizarria a los españoles en el siglo XVI no fue azarosa. Hacia finales de la década de 1880 imperaba en el país un redescubrimiento de las raíces indígenas. (García Ramírez, 41)

Elocho de noviembre de 1890 nace en Monterrey una nueva empresa que busca introducir por primera vez al mercado un producto de su género hecho en México: se trata de la Cervecería Cuauhtémoc, que adopta la imagen del monumento y tal vez desde un inicio el mismo nombre busca brindar confianza hacia una bebida hecha en México frente a otro producto similar. (Salazar Torres, 213)

It is perplexing that the image of Cuauhtémoc, the stubborn opponent of foreign intervention, should be promoted by a transnational corporation which had been formed by a consortium of Mexican and North American entrepreneurs. (Fulton; 2008a, 45)

In December 1904, *El Colmillo Público* published a cartoon which spoofs the liberal conception of history. It shows Cuauhtémoc at the base of a human pyramid with Hidalgo and Juárez stacked at higher levels, and pokes fun at the *porfirista* Alfredo Chavero, who is seen struggling to set

a bust of Díaz on the pinnacle of the structure, while general Bernardo Reyes tries to cap it with a figure of Uncle Sam. (Fulton; 2008a, nota 84)

Mexicanización de la planta de trabajo

1. Entre técnicos extranjeros y obreros mexicanos

En noviembre de 1891 comenzaron las primeras contrataciones de personal. De Alemania llegaron varios maestros cerveceros y un ingeniero para supervisar la producción. El resto del personal se conformó con mano de obra local. Un año después comenzó a operar la fábrica con setenta obreros, dos empleados administrativos y una producción de mil quinientas botellas de cerveza al día. (García Ramírez, 47)

La condición laboral es extremadamente insatisfactoria, la demanda de obreros capaces es bastante mayor que la oferta. Este dilema, comenta un periódico, "ha forzado a todas y cada una de las industrias de esta ciudad a recurrir a los extranjeros". (*La Unión*, Monterrey, 1899 en Snodgrass, 35)

2. Beneficios para los trabajadores... extranjeros

[Para 1899] los salarios de esos trabajadores extranjeros reflejaron su estatus especial y la intención de sus patrones de mantenerlos a bordo. Fundidora siguió a Cervecería al erigir viviendas especiales para sus obreros calificados extranjeros, la mayoría de Alemania. (Saragoza, 124)

3. Especializados pero conflictivos

Los trabajadores extranjeros no solo exigían mayores salarios, también eran conflictivos. El primer intento por fabricar botellas terminó cuando una disputa contractual con sus sopladores importados condujo a una huelga. En una exhibición temprana de su estilo administrativo, la empresa echó a sus trabajadores del Cuarto Alemán, interpuso una demanda de 15 mil pesos por "daños" y rescindió su obligación de cubrirles el transporte a Hamburgo. (Snodgrass, 37)

4. Nacionalismo como ideal unificador

La limitada demanda de la Cervecería Cuauhtémoc de obreros calificados le permitió reclutar más migrantes rurales. (Snodgrass, 34)

Cuauhtémoc imagery stressed national integration at the expense of community and shared benefits; it was in conception bourgeois, urban and

progressive, and tended to elide the agrarian and small-town interests of *campesinos*, who made up the great majority of the population; and while it promulgated republican ideals, it also commended a style of leadership which validated the autocratic power of Mexico's presidents, and appealed to a bankrupt nationalism which in later years had deserted its liberal platform and remained incapable of articulating a coherent social policy. (Fulton; 2008a, 46)

Los industriales de Monterrey se propusieron alcanzar la mexicanización de sus fuerzas laborales. Públicamente hablaban de su esfuerzo como una misión patriótica y benevolente para elevar moralmente a las masas mexicanas. (Snodgrass, 37)

Dictadura disfrazada de patriotismo

No solo las autoridades de gobierno federal usaron el símbolo de Cuauhtémoc para mantener unido al pueblo a través del patriotismo y atraer el apoyo popular hacia las instituciones del Estado.

The Cuauhtémoc Monument not only expressed an ideology of national independence and integration, but stood as a testament to Porfirian rule. The armed emperor commanding his loyal subjects portended Díaz's ascent to power and the entrenchment of his regime, just as the Monarch's demonstration of virtue it was reenacted by the forceful and magnanimous president. (Fulton; 2008a, 24)

Los corporativos de Monterrey también utilizaron este símbolo como un doble frente. Primero para probarle al Estado Federal que, a pesar de estar en la frontera y tener mercado y empleados extranjeros, la empresa apoyaba los intereses del país. Segundo, para lograr el soporte de la clase obrera y fincar, con el apoyo de su planta de más de mil obreros, un estado autónomo, un estado privado.

Similarly, as the hero of Tenochtitlan has been adopted by radical groups, official organs of power have retained the image as a symbol of unified Mexico, and it may be suggested that these authorities have planted the imagery among the working classes in order to stimulate patriotic feeling and attract popular support for the institutions of State. Federal and state governments continue to commission public statues of the emperor, whose head is still used as the logo of the commercial enterprise Cervecería Cuauhtémoc. (Fulton; 2008b, 43)

En una postal institucional de 1900 aparece una vista panorámica de la planta de cervecería y, al lado izquierdo una imagen de Cuauhtémoc –reproducción del monumento–, en vez de la lanza, sostiene con su mano derecha el asta con la bandera de México que ondea y envuelve por detrás al personaje en su totalidad. (Una reproducción de esta postal puede verse en García Ramírez, 41)

[Los trabajadores de Cervecería Cuauhtémoc] expresan su orgullo de que la empresa tuviese propietarios mexicanos. Alaban su uso de imágenes patriotas en vez de etiquetas que parecieran europeas para comercializar sus productos. (Snodgrass, 94)

Una gesta heroica: alianza obrero-patrón

El paternalismo empresarial adquirió un "giro nacionalista". Los influyentes empresarios regiomontanos pronto promovieron su modelo como el medio más eficiente para alcanzar la armonía trabajo-capital que fomentaría el progreso económico de México. (Snodgrass, 82)

Los Garza Sada no solo construyeron una empresa que "liberó" a México de su dependencia histórica de las importaciones; al hacerlo, ofrecieron "empleo ventajoso y siempre demostraron una profunda preocupación por elevar el nivel cultural de los trabajadores". (Snodgrass, 79)

La narrativa regionalista enlazó un pasado fronterizo con un presente urbano en el que los pioneros industriales y sus obreros aliados superaron los retos impuestos por el equivalente moderno de los "indios bárbaros": la Revolución, las crisis económicas, los comunistas y un entrometido gobierno federal. (Snodgrass, 23)

ii. El nuevo Cuauhtémoc

¿El nuevo Cuauhtémoc?

Heroico en la defensa de la Patria, sublime en el martirio.

(Inscripción en el busto de Cuauhtémoc, 1869, Paseo de la Viga. Ciudad de México)

1. La construcción discursiva del mito

The imagery was controlled and sustained by an elite of bureaucrats, businessmen, national *caudillos* and their literary and intellectual allies, and upon this structure's collapse in 1910, the figure of Cuauhtémoc became largely dormant once again, only to be revived in the post-revolutionary period, when the internal contradictions within the imagery would be confronted head on and proprietorship over the symbol vigorously contested. (Fulton; 2008a, 47)

El éxito del comportamiento paternalista-autoritario y el reconocimiento de la jerarquía patronal, la cual fue facilitada por la difusión de la imagen del empresario como protagonista de una gesta en un medio agreste. La visión ha sido estampada en numerosos libros y documentos de autores como Andrés Montemayor, José P. Saldaña, José Fuentes Mares y Rodrigo Mendirichaga, entre otros. (Lylia Palacios Hernández, 170, y nota 17)

A principios del 2017, se presentó la biografía oficial de Eugenio Garza Sada. Escrita por Gabriela Recio Cavazos, historiadora del Colegio de México y patrocinada por el Centro Eugenio Garza Sada. Si bien la imagen del empresario sustituye la del caudillo formador de la cultura; en Eugenio Garza Sada encuentra al mártir que necesitaba esta ideología.

2. Escenario de la tragedia

Ese patriarca inolvidable, austero y franciscano, severo, visionario, secretamente tierno y siempre sagaz, que fue don Eugenio Garza Sada. (Enrique Krauze, en García Ramírez, 14)

El fuerte enfrentamiento que tuvieron los empresarios regiomontanos con los presidentes Lázaro Cárdenas y Luis Echeverría convencieron a don Eugenio de que la voz y visión empresarial de Monterrey debían difundirse y darse a conocer en un país con crecientes rasgos autoritarios. (Recio Cavazos, 313)

La construcción del mito que personificó Cuauhtémoc, de héroe modelo, de mártir sacrificado por el conquistador sediento de poder que fue Cortés; en Eugenio Garza Sada se actualiza frente a Cárdenas o el régimen de Echeverría.

Su principal alianza contra los enemigos de este imperio nacionalista, ahora son los obreros, los migrantes rurales de otros estados que acogen sus fábricas.

3. El héroe trágico de la ideología del capital

Fue abatido Eugenio Garza Sada, creador de centros de trabajo en toda la nación. (Titular a ocho columnas del periódico *Tribuna de Monterrey*, 18 de septiembre de 1973)

Quizás él mismo [Eugenio Garza Sada] llegó a pensar que sería eterno, que los regiomontanos siempre contarían con su mesurada inteligencia para mantener el balance entre la estabilidad y el progreso. (Landa, 57)

El asesinato de Eugenio Garza Sada es simbólicamente equivalente al martirio de Cuauhtémoc. Al caer, fortalece su resistencia ante el invasor. Construye nación. Águila que, al caer, emprende el vuelo mítico, vence la historia. Se establece como héroe.

Modelo a seguir. Monumento. Tótem. Personifica y mitifica al empresario protector de invasores a modelos que aspiran a construir nación.

4. Un tributo azteca

Desde el 18 de septiembre de 1973 la prensa de Monterrey clama por venganza. En un intento de secuestro ha muerto de un disparo el magnate Eugenio Garza Sada. Se culpa a la *Liga 23 de Septiembre*, un grupo de jóvenes guerrilleros. Los dueños de los diarios emprenden una campaña para pedir al gobierno que extermine a los "subversivos". Se llega incluso a proponer la "esterilización" de los guerrilleros para que no puedan engendrar hijos comunistas: "no tienen el derecho natural a la vida pues su actuar es de muerte".

El 11 de febrero de 1974 la Dirección Federal de Seguridad avienta desde una van un cuerpo mutilado. Es el del estudiante Salvador Corral, acusado, junto con otros seis, de ser autores de la muerte de Garza Sada. El lugar donde arroja el cuerpo no deja lugar a dudas: a las puertas de la familia Garza, en San Pedro Garza García. Un tributo casi azteca al poder de la venganza. (Mejía Madrid, 190)

iii. Arte y publicidad: medios de difusión ideológica

La disolución de los límites

1. Monumento y marca

¿Privatizar un monumento nacional, patrio, para volverlo un logo, una marca?

*

Cuauhtémoc became associated with the more deeply venerated, transhistorical concept of *la patria mexicana*, and in this particular function the symbol was, and continues to be, more polyvalent than the image of Juárez and more susceptible to different uses and interpretations. (Fulton; 2008a, 34)

In November 1890, Cervecería Cuauhtémoc began operations, and through aggressive marketing and advertising spread Cuauhtémoc's name and likeness to beer lovers in Mexico and eventually around the globe. (Fulton; 2008a, 45)

The brand Cuauhtémoc was released in 1893, and to market the product the company sent a reduction of the Reforma monument to the Chicago World's Fair. (Fulton; 2008a, nota 90)

Leandro Izaguirre's *Torment of Cuauhtémoc* became the most famous and often reproduced. This impressive work in the grand manner premiered at the National School of Fine Arts in 1892, and a year later was sent to the Chicago Exposition (where it was joined by a bronze reduction of the Reforma monument, commissioned by the commercial brewery Cervecería Cuauhtémoc). (Fulton; 2008a, 37)

The government and citizenry latched onto the monument as a symbol of the nation, in much the same way that the Statue of Liberty was promoted in the United States, and, emblemizing Mexico, copies of the effigy or the entire monument were sent to international expositions at Paris (1889), Chicago (1893) and Rio de Janeiro (1922).. Cuauhtémoc was twice represented at the Mexican pavilion for the Paris World's Fair of 1889. A scale model of the monument was installed at the foot of the grand internal staircase, and a large bronze relief of the emperor was posted on the exterior façade. (Fulton; 2008a, 32)

En la exposición universal de París, de 1906, en el pabellón donde se exhibía y celebraba la Medalla de Oro que ganó la cerveza Carta Blanca, se exponía una reproducción del monumento a Cuauhtémoc de Miguel Noreña. (Una foto de este evento se puede encontrar en *Nuevo León, Imágenes de nuestra memoria*, 208)

2. De un grabado a la etiqueta

The image on the Indio beer label was taken from a print, which in 1898 served as the frontispiece for the English edition of Avellaneda's biography of Cuauhtémoc. Though unsigned, this print is probably to be equated with a "grabado en cobre al aqua fuerte, tomado de un dibujo original del profesor del ramo", Luis S. Campa, in the 1891–1892 exposition of the Escuela Nacional de Bellas Artes. Cuauhtémoc is probably the subject of an untitled copper engraving of 1889 by Emilio Valadés; illustrated in *México en el mundo de las colecciones de arte: México moderno*, op. cit., p. 239. (Fulton 2008a, nota 89)

Dentro de la colección del Museo Soumaya, en la ciudad de México, se conserva una pieza de arte plumario que utiliza este grabado como base. Anónimo, *Cuauhtémoc (Guatemotzin)*, Siglo XIX, arte plumario sobre tabla, 41.3 x 26.7 cm.

Publicidad y promoción del arte

Desde el surgimiento, cervecería tomó una escultura pública como su logo. En adelante su publicidad, etiquetas y marcas entablarán una relación con el arte siempre presente.

Para Cervecería Cuauhtémoc, el imaginario de la publicidad y el del arte se conforman en un solo campo de imágenes en el que se establece su ideología.

*

Xavier Villaurrutia le aconsejó a Novo [que en ese tiempo se encargaba de algunas campañas publicitarias para el Grupo Monterrey] que considerara la utilidad de lanzar una campaña que aportara conocimientos de una manera atractiva. Para ello propuso una serie de folletos que difundieran la obra de los creadores de la moderna pintura mexicana que ya ocupaban un sitio en el extranjero. El mensaje comercial llegaría de forma aceptable

al público y, consecuentemente, la compañía embotelladora obtendría una imagen de respetabilidad y reconocimiento.

Con el tiempo fui adquiriendo más números de los folletos en las librerías de lance y en bazares. Habían sido publicados durante la década de 1930 por la Cervecería Cuauhtémoc y llevaron el nombre de *Boletín Mensual Carta Blanca*, una de las más notables estrategias publicitarias que se han visto en México y un muy apreciable medio de divulgación cultural. (Capistrán, 6)

De hecho, a la publicidad de la cerveza siempre se le dedicó un espacio igual al de la imagen artística, así como otros artículos con frases y expresiones que asociaban beber cerveza con eventos sociales y el buen gusto en el vivir. La afición por el arte parecería estar presentada implícitamente en esta publicación [el Boletín Carta Blanca] como un complemento para las nuevas pretensiones de modernidad que traían aparejadas las nuevas condiciones socioeconómicas de la población [en la época postrevolucionaria]. El discurso contenido en estos boletines apunta hacia la legitimación de un gusto, cuya posesión a su vez asigna estatus a quienes degustan la cerveza junto con los platillos sugeridos en un ambiente refinado, en el que el arte juega un papel central. (Aceves Ávila, 227)

Orgullo de México y de América es el arte pictórico de nuestra patria, que tiene sus más vigorosos expositores en Diego Rivera y José Clemente Orozco. Estos grandes pintores que plasmaron visiones inmortales en los muros de universidades, palacios y museos, ganaron con su labor maravillosa la admiración continental para México. También Carta Blanca ha sido consagrada por los más exigentes consumidores de todo el continente, y reconocida como la mejor cerveza de América. (Texto promocional sacado de estos folletos, en García Ramírez, 236)

La otra estatua de Cuauhtémoc

Hasta 1962 –setenta y dos años después de fundada la empresa– Monterrey tuvo su propia estatua de Cuauhtémoc.

En diciembre de ese año, en la cuchilla de Pino Suárez y Cuauhtémoc, a pocas cuerdas de la cervecería, se inauguró la estatua realizada por el escultor Francisco Zúñiga. Al acto asistieron el entonces Alcalde de

Monterrey, Leopoldo González Sáenz, así como funcionarios del Gobierno del Estado y de la Cervecería Cuauhtémoc.

En un principio tenía dos fuentes ornamentales en cada lado del monumento. Fue develada por el Gobernador Eduardo Livas Villarreal. El monumento se montó sobre un pedestal de cuatro metros de alto, más dos de la estatua, dan una altura de seis metros.

La empresa cervecera aportó 50,000 pesos de los 75,000 que costó.

En pleno crecimiento de la ciudad, este hito urbano se finca en el centro del devenir del espacio público. A partir de los sesenta, el desorden en el crecimiento de la ciudad crea la pauperización de esta zona, alrededor de industrias y a espaldas de la Central Camionera.

Como la estatua deslucía y estaba expuesta al vandalismo y robo, en julio del 2007 se trasladó a una pequeña glorieta ubicada entre Cuauhtémoc y Constitución, "en preparación al Fórum" dijo el alcalde de Monterrey, Adalberto Madero.

Si bien estaba más segura en su nueva ubicación, la estatua de seis metros casi desapareció en el perfil urbano, un cruce de dos arterias de alta velocidad reducida entre edificios de ochenta metros (Edificio de Seguros Atlas -Edificio Confía-, la Torre Villacero) y, a partir de 2014, el imponente Pabellón M, de 214 metros de altura.

¿Imágenes despolitizadas?

El arte que se piensa nacionalista se convierte en un despolitizado y descontextualizado símbolo del poder del capital.

1. Colecciones y museos

En 1977 inició el Museo de Monterrey dentro del edificio central de la Cervecería Cuauhtémoc, ocupando una antigua sección donde operaron las primeras ollas de cocimiento. Su propósito era la difusión de todo tipo de arte, en especial pintura y escultura. (Sitio oficial de FEMSA)

Para Monterrey, el uso de la cultura como campo de enfrentamiento contra el Estado no implica una nueva conducta empresarial: simplemente es una respuesta de probada efectividad ante situaciones de conflicto anteriores. A finales de los setenta empiezan a formarse las colecciones

de arte corporativas y se inauguran museos auspiciados por los grupos industriales. Casi cada grupo industrial importante en la ciudad tiene su museo o su proyecto cultural: VITRO, el Centro de Arte VITRO (1974); el entonces grupo VISA, ahora Fomento Económico Mexicano, S.A. (FEMSA), el Museo de Monterrey (1977); el grupo ALFA, la Colección ALFA (1975), Promoción de las Artes (1977) y el Centro Cultural ALFA (1978). (El triunfo de la cultura, 39)

2. La colección

En la selección muy precisa de las obras anteriores a 1968 en la Colección FEMSA destaca el hecho de que –a diferencia de muchas de las colecciones de los museos nacionales fundados entre 1968 y 1982– esta colección valoró desde sus inicios la producción de tendencia abstracta, además de incluir importantes ejemplos de la corriente figurativa que es la dominante en la historiografía del arte mexicano. Esto presta un matiz distintivo al discurso sobre el arte de la primera mitad del siglo XX que se puede construir a partir de su acervo, subrayando un aspecto que normalmente ha sido oculto o secundario en la historia del arte mexicano de este periodo. (Cordero, 37)

Mientras se conformaba, por parte del Estado, el discurso del arte y la cultura nacionalista para legitimar al partido en el gobierno (PRI), la colección de FEMSA seguía la "misma estética" para justificar la ideología opuesta. Una más cercana al intento de las colecciones e intereses estadounidenses en época de Guerra Fría cuyo objetivo era neutralizar cualquier posibilidad de ideología socialista en el arte. La volvían una estética formalista a favor del modernismo occidental, bandera del capital.

3. Estrategia de negocios

La Colección FEMSA solidificó su acervo hacia el arte moderno con la adquisición, en 1991, de la importante colección norteamericana Window South que pertenecía a Paul Cook y que cuenta con 203 piezas de arte latinoamericano. Esta ampliación de los intereses de su colección confirma el sentido de las políticas culturales corporativas, ya que se da paralelamente a la apertura del esquema de negocios de FEMSA que se vuelve, también, hacia Latinoamérica, llegando a ser la embotelladora más grande de ese continente con 31 plantas. (*El triunfo de la cultura*, 56)

En 1993 The Coca-Cola Company compró el 30% de las acciones de Coca-Cola FEMSA. En 1994 comenzamos la internacionalización de Coca-Cola

FEMSA con la compra del 51% de las acciones de Coca-Cola en Buenos Aires, Argentina. (Sitio oficial de FEMSA)

4. La colección como embajadora de la marca

A partir de 2008, empieza la itinerancia por Argentina, Brasil, Colombia y Estados Unidos de *Latitudes: Maestros Latinoamericanos en la Colección FEMSA*, una exposición de artistas latinoamericanos; además, la convocatoria de la IX Bienal Monterrey-FEMSA incluye la participación, por invitación y fuera de concurso, de cinco artistas de Brasil. Estas decisiones parecen seguir la estrategia de empezar a usar la colección en la misma ruta de esta expansión comercial. (*El triunfo de la cultura*, 56)

Un periodo de gran trascendencia para FEMSA ocurre en los años 2003 y 2004, cuando se concretan las adquisiciones de la franquicia más grande de Coca-Cola en América Latina, Panamco. Hoy FEMSA es la empresa de bebidas líder de América Latina, atendiendo a cerca de 210 millones de consumidores a través de sus operaciones en nueve países del continente: México, Guatemala, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Colombia, Venezuela, Brasil y Argentina. (García Ramírez, 260)

5. Visión latinoamericana

En lo que atañe a los criterios adquisitivos de FEMSA, que exceden cualquier intento curatorial, ni hablar de su posición frente a las propuestas artísticas más audaces y recientes. No existe compromiso corporativo con el arte contemporáneo, con el apoyo de proyectos que no terminan en "obra" (video, performance, etc.) o los artistas de menor visibilidad y circulación transnacional. Todas las pinturas de la Colección son *hits* comerciales de gran formato, de esas que aparecen todos los años en las subastas de arte latinoamericano en *Christie's* y *Sotheby's*, ideales para ejercer abrumadoramente el poder simbólico sobre "los otros" latinoamericanos, esos "otros" que se mueven difícil y penosamente en las fronteras que los estadounidenses cruzan indistintamente a la hora de hacer su *Grand Tour*, y de transportar los bienes y el capital. (Albiantum, s/p)

iv. Etiquetas y apropiaciones

Etiquetas como espacio público

Desde el nacimiento de la imprenta, la reproductibilidad convirtió todo lo que tocaba (reproducía) en objetos públicos, ideológicos, masivos.

La biblia, una multiplicidad de periódicos, libros, decretos, enciclopedias, manifiestos, volantes de protesta, más la publicidad, en todos estos productos la reproductividad encontró su mejor medio.

¡Qué más mexicano que Frida y Bohemia!

En 2005, después de mucha búsqueda, FEMSA adquiere *Mi vestido cuelga ahí*, 1933, pintura de pequeño formato (46×50 cm) de Frida Kahlo para enriquecer su colección.

Incluir a Frida dentro de su colección era un imperativo. La pieza que sea, la disponible. Más que una adquisición acorde a un concepto o línea de una colección que incluye más de mil piezas, FEMSA estaba adquiriendo una marca para enriquecer su oferta visual y su prestigio.

Fundada también en 2005 en Venezuela, Frida Kahlo Corporation, del empresario venezolano Carlos Dorado y la sobrina-nieta de la artista, Mara Romeo Pinedo-Kahlo es la instancia que cuenta con los derechos legales de la marca Frida Kahlo para la explotación comercial del nombre y la firma.

La marca Frida se empezó a conformar en los últimos años del siglo XX, cuando la posmodernidad y el discurso de la diversidad cultural convirtió a Frida en uno de sus símbolos más socorridos pues, en una sola persona, incluía distintas "minorías": era mujer, minusválida, de un país periférico, bisexual, reivindicaba la tradición local (indígena) nacional, era comunista. Además, por estos mismos años, la cantante Madonna declaraba constantemente su admiración por Frida y adquiría sus cuadros con las ganancias de sus éxitos.

Esta misma posmodernidad es la que allanó las diferencias entre la "alta" y la "baja" cultura generando el imperio de la hibridación. Con ella irrumpió

la visualidad, las imágenes, como nuevo objeto de estudio, sin importar si se trata de pintura al óleo, fotografías, reproducciones o etiquetas.

No solo el mercado para los cuadros de Frida tuvo, a partir de los ochenta, un *boom* acelerado, su ícono y el de algunas de sus pinturas proliferaron en objetos populares de decoración y artesanías.

El arraigo popular se hizo evidente dos años después de la adquisición de FEMSA. En el centenario de su natalicio, 2007, una exposición rompió dos récords de asistencia. En el Palacio de Bellas Artes más de 420 mil visitantes asistieron al Homenaje nacional en solo dos meses. En Monterrey, en el Museo de Arte Contemporáneo (MARCO), en un solo mes asistieron más de 100 mil personas. Las largas filas y espera de más de tres horas, el último fin de semana de su exposición en ambos recintos, se convirtieron en nota periodística.

La fusión de la marca Frida no solo se limitó a la Colección FEMSA. En 2010, Cervecería Cuauhtémoc hace, asociada a Frida Kahlo Corporation, una edición especial de la cerveza Bohemia con la imagen y firma de Frida Kahlo. Una vez más bajo el abrigo del nacionalismo, para "rendirle tributo a la carrera de la artista mexicana Frida Kahlo, así como sumarse a las conmemoraciones del bicentenario de la Independencia y el centenario de la Revolución", declaró Gustavo Guerra, entonces director de la marca Bohemia de la Cervecería Cuauhtémoc-Moctezuma.

Favio Fiorentini Hoyos, ejecutivo de Bohemia, dice "el proyecto nace de una fotografía de 1942, que se encontró de Frida Kahlo, comiendo con sus hermanas en la Casa Azul, y Frida está tomando una cerveza Bohemia".

"Y es así que inspirándose en la filosofía de vida de la máxima exponente de la pintura mexicana —'Vive como piensas, piensa como vives'—, Bohemia, presenta su edición especial Frida Kahlo, con la cual nos sumerge en el código sensorial y en la personalidad bohemia de la artista".¹

Según declara en 2013, Reynold Montemayor, ejecutivo de Dos Equis y Bohemia, "Frida y Bohemia son dos marcas que son una poesía para cualquiera."

A partir de 2010, un objeto cotidiano y simple, en manos de todos los mexicanos, termina evidenciando el verdadero signo y valor de Frida: un

¹ "BOHEMIA ® EDICIÓN ESPECIAL FRIDA KAHLO". *Youtube*, subido por FAHRENHEIT magazine, consultado el 19 de septiembre de 2013, <https://vimeo.com/74948522>

billete de 500 pesos. Con reproducción de autorretratos y pinturas de Diego y Frida, cuyos derechos son propiedad del Banco de México, quien emite los billetes.

La relación de Indio con la ciudad es oscura

¿De quién es el barrio?

Desde 2009 la cerveza Indio buscó ganar otro segmento de mercado y empezó a relacionar la marca con la cultura urbana: rock, grafiti y diseño.

Patrocinó festivales de rock, creó toda una vía de comunicación directa en YouTube (indio.tv)² y convocó a jóvenes productores visuales para que diseñaran sus etiquetas, en 2013 –su 120 aniversario– el tema de la convocatoria fue “tribus urbanas o subculturas”.

En esta celebración del 120 aniversario, se imprimieron 100 millones de etiquetas en tres meses (en un país de 80 millones de habitantes).

Además de estas etiquetas, Indio comisionó a los músicos Pato Machete y Ulises Lozano la creación de una canción titulada “Celebrando Ando”³, tema oficial de la celebración.

La quinta edición de su exitosa convocatoria de diseño de etiquetas, en 2016, tiene por tema “Barrios de México”.

Indio barrios, acompaña su campaña con una fuerte ideología nacionalista. Ahora que, desde 2010 es parte del grupo, Heineken recupera en su etiqueta y empaque la frase de “Hecho en México” e insiste en ser *El lado auténtico de México*, uniéndose a la reivindicación nacionalista del origen la Cervecería Cuauhtémoc, personaje que da imagen además a este “indio”.

Una de las decenas de ganadoras toma como tema al barrio de El Nejayote, en el centro de Monterrey.

² Subido a internet por *Cerveza Indio*. Canal de YouTube, consultado entre 2006 y 2020, <https://www.youtube.com/channel/UCoikXsuztBzauPyuvrzRcnw>

³ “#INDIO120s Celebrando Ando - Pato Machete y Ulises Lozano”. YouTube, subido por *Cerveza indio*, consultado el 26 de noviembre de 2013, <https://www.youtube.com/watch?v=UjpsrKUye6Q>

"Antes de llamarse Nejayote, ese minúsculo territorio en la calle Gral. Naranjo –entre Matamoros y Allende– era conocido como las piqueras, conocido barrio límite de la ciudad donde era permitido el trabajo sexual. Después de la Revolución se pobló de paracaidistas y molindas de maíz, de allí el nombre de El Nejayote. Algunos vecinos niegan la cruz de su parroquia y dicen que ellos no viven en El Nejayote, sino en el centro de la ciudad", dice Heriberto García, uno de los vecinos comprometidos con su restauración y defensa. (Pliegos W02)

Este barrio se convirtió a finales del siglo XX en una zona abandonada. Hace unos años sus vecinos, habitantes, decidieron organizarse y regenerar su barrio.

*

Los vecinos tienen voluntad de vivir en un lugar más bonito y creo que si te comunicas con las personas te das cuenta que están vivos, igual que tú, y que a todos nos gusta vivir en un entorno motivante, dice Heriberto García, vecino y militante de la colonia.

El barrio de El Nejayote tiene una diversidad de vecinos como una dama de 97 años de edad que vive sola, madres solteras, parejas homoparentales, personas divorciadas o en unión libre y familias hasta de cuatro generaciones. Y al caer la tarde, los vecinos sacan sus mecedoras y conviven. (Villegas, 2015)

Buscando patrocínios y con el trabajo y organización de ellos mismos, regeneraron banquetas con mosaico, los fines de semana salen a la calle y organizan bazares para crear vida pública. Todo esto sin mayor afán que vivir dignamente, contra el abandono o posterior gentrificación.

La etiqueta de *Indio barrios* del Nejayote se apropia simbólicamente de este esfuerzo solo por su poder de reproducción y representación; se apropia (y descontextualiza su historia) de este espacio público y, al ignorar la dinámica de sus vecinos, capitaliza su esfuerzo, solo por ponerlo en una etiqueta.

A propósito, Indio remunera a los diseñadores ganadores no con regalías o con un pago equivalente a su diseño, sino que "los ganadores podrán disfrutar de un año de producto (48 cartones en total), una tableta gráfica y artículos promocionales de la marca."⁴

⁴ Consultado el 14 de abril de 2021 <https://indio.com.mx/barrios/assets/bases-del-concurso.pdf>

v. Orgullosamente indio

¿Por qué solamente se le ha erigido un monumento a Cuauhtémoc y no lo tienen los caudillos: Vitorio, Jerónimo, Cajeme, Tetabiate, Tohue, Nicobeda, Jub...? Todos estos caudillos que acabo de mencionar lucharon con denuedo y tenacidad por sus respectivos pueblos. Pero, sobre todo, los grupos indígenas nortños duraron combatiendo trescientos años, mientras que la resistencia de Cuauhtémoc fue efímera?

Francisco Rodríguez Miramontes

1. Bebida y raza

El libro sobre Cervecería Cuauhtémoc, patrocinado por FEMSA en el 2006, *Una empresa a través de los siglos*, empieza –como un acto fallido– estableciendo una preferencia a las bebidas por la diferencia de raza.

*

Los indios preferían el pulque. A los conquistadores, tan sólo su aroma los enviaba por un instante a su amada España: fresca, espumosa, seductora, la cerveza. (García Ramírez, 19)

2. Pureza como exterminio

¿Contradicciones de una sociedad que ensalza su "blancura" y toma un modelo indígena como emblema y símbolo?

*

Para mediados del siglo XIX, los habitantes originales de la región habían sucumbido a la conquista o la asimilación. De hecho, al llegar el siglo XX, el censo contó la menor población indígena de cualquier estado de México, haciendo que el gobernador Porfirio González alardeara que "No hay indígenas en Nuevo León". (Snodgrass, 21 y 22)

3. ¿El obrero es nuestro indígena?

Pese a la relativamente grande población "blanca" registrada en el censo –veinte por ciento–, los regiomontanos parecían tener un sentido común de mestizaje, las raíces indo-europeas que aseguran tener la mayoría de los mexicanos. Así, un regiomontano le dijo a su mujer estadounidense al presenciar una procesión de indígenas en un desfile local: "Esto es

extraño... porque no tenemos indios como éstos acá en el norte. Toda nuestra gente es mestiza y mayormente son obreros en fábricas y jornaleros en los ranchos, y se visten con pantalones de mezclilla y usan zapatos." (Snodgrass, nota 5 cap. 1)

4. Naturalización del desprecio

La cerveza de nombre *Cuauhtémoc* también había nacido en 1893, era de barril y fue bien recibida por el público. A partir de entonces, su producción fue en constante ascenso. Su éxito propició una nueva idea: embotellarla. En la flamante etiqueta se apreciaba la imagen del último emperador azteca. Pero cuando los consumidores llegaban al estancillo, pedían "la del indio", y siguiendo el viejo refrán de "al cliente lo que pida", en 1905 la cervecera decidió cambiar su denominación y la historia la conoció como cerveza *Indio*. (García Ramírez, 103)

La marca toma su nombre de una reacción social del consumidor. De un gesto, incluso, en que la empresa "escucha" a su cliente. Pero, al cambiar, en 1905, oficialmente el nombre a Indio, la estrategia original de tomar a Cuauhtémoc como imagen de nacionalismo deviene, se desenmascara en un acto de discriminación. Llamar naturalmente "indio" a Cuauhtémoc es resultado de un pueblo que rechaza al indígena. Volver, por parte de la empresa, esta reacción de los consumidores una marca, implica naturalizar, institucionalizar esta discriminación, un "ingenuo", "inconsciente" acto –ya no fallido, sino consciente– de consumo que capitaliza la intolerancia.

5. ¿Extraña ironía?

A principio de los veinte, el estilo norteamericano de publicidad para las empresas persistía en enfatizar los avances técnicos, la limpieza y el equipo moderno en el caso de cervecera; en la capacidad de producción y modernidad tecnológica en el caso de Fundidora. Los tonos patrióticos de "Hecho en México" solo aparecerían gradualmente en la publicidad de empresas Monterrey. En una extraña, y tal vez desafiante ironía, cervecera utilizó un personaje tipo conquistador español para sus anuncios publicitarios y eliminó los símbolos indios pese al nombre de la empresa. Solo más tarde, en los años treinta, cervecera utilizaría símbolos culturales nacionalistas en sus logos y publicidad, e impulsaría sus productos bajo la bandera de "compre lo hecho en México". (Saragoza, 196)

6. El consumo de cerveza como blanqueo (de capital)

En competencia al *boom* de Corona y Victoria a nivel internacional, con el auge de los tratados de libre comercio, se da el relanzamiento de Indio – junto a Sol, en 2009. Se redirecciona la marca y se dirige hacia los jóvenes identificados con la cultura urbana. Una leyenda urbana dice que Indio, tradicionalmente era una cerveza “de albañil” (¿otra discriminación?) y, con este relanzamiento, se buscaba aprovechar el auge de la nueva cultura juvenil que abarrotaba los antros del país.

*

En los últimos 15 años Indio ha registrado un incremento de un dígito y medio en sus volúmenes de ventas y representa una de las cinco marcas insignia de Cuauhtémoc-Moctezuma, pues en este periodo pudo duplicar su volumen de ventas.⁵

Dolf van der Brink, nuevo director general en México de Heineken, comentó que en sus nuevos proyectos apostarán a la generación *millennials* del país. “Más de 70% de la población son *millennials*. Queremos ser los campeones de esta nueva generación”, dijo.⁶

7. La cosa es buscarle

La gente de mercadotecnia de Indio ya lleva varios años haciendo cosas muy interesantes en torno a la renovación de marca, llevándola a un segmento de mercado más joven, con proyectos como los diseños temporales de sus etiquetas realizadas a través de un concurso entre sus consumidores, así como patrocinios en eventos como el *Festival Vive Latino*. Según datos de la misma cervecera, esta marca ha tenido un crecimiento sostenido desde 1998, llegando al día de hoy a ser el 11% de las ventas de esta empresa en México, algo interesante considerando que el mercado cervecero en este país es primordialmente de consumo

⁵ Sánchez, Axel. “Indio busca ‘tomar’ más mercado ahora con la cerveza clara”. *El Financiero*, consultado el 28 de enero de 2015, <https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/indio-se-aclara-para-elevar-sus-ventas>

⁶ Hernández Mundo, Karina. “Heineken duplicará su inversión en México”. *El Economista*, consultado el 02 de marzo de 2016, <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Heineken-duplica-su-inversion-en-Mexico--20160302-0102.html>

de cervezas claras, con un 80% de las ventas totales atribuibles a este tipo de cervezas.⁷

8. Actualización del sistema de castas

En 1989-1990 se exhibió en el Museo de Monterrey. "Las castas mexicanas, un género pictórico americano", colección de la regiomontana Lydia Sada.

Monterrey cuenta con la más completa colección de pintura de castas.

La benevolencia de la coleccionista, unos años antes de morir, se manifestó al ceder –en comodato– al Museo de Historia Mexicana esta colección, así como su colección de marfiles. Ahora el pueblo puede gozar de ella, que además de apreciar la estetización de la discriminación pagará con sus impuestos el alto costo de mantenimiento que requiere (cambios en las instalaciones del edificio y permanentes gastos fijos).

¿De qué manera, en este préstamo público de esta colección privada se reproduce y actualiza un moderno sistema de castas por la apropiación de un modelo estético de representación social?

9. Las necesitamos, ¿pero no confiamos en ellas?

A partir de la década de los noventa la inmigración indígena al área metropolitana de Monterrey empieza a ser significativa. La inmigración tiene un componente femenino de más del 50% (INEGI, 2000) debido a la alta demanda de empleo doméstico de los sectores más prósperos de la ciudad. (Durin, Moreno y Sheridan, en Moreno Zúñiga, 17, cita 2)

El alcalde panista de San Pedro, Mauricio Fernández Garza, dispuso –a inicio de la segunda década de los dos mil– que las empleadas domésticas que trabajan en el municipio de San Pedro Garza García sean empadronadas a fin de prevenir robos domiciliarios.

*

La medida, única en el país, ha sido reprobada por organismos civiles que acusan al polémico munícipe de "discriminador y fascista", por

⁷ The Beer Daily Staff. "El Nuevo look de Indio". *The Beer Daily*, consultado el 29 de marzo de 2012, <https://thebeerdaily.com/2012/03/29/el-nuevo-look-de-indio/>

estigmatizar como potenciales delincuentes a un grupo de personas como son las auxiliares del hogar.⁸

10. Más de 3,000 indios

Indio, 3,000 botellas de cerveza tamaño caguama, medidas variables, Abraham Cruzvillegas.

En 1997, ante el lanzamiento de la cerveza Indio Caguama. Abraham Cruzvillegas hace una instalación que consiste en un cuarto lleno de botellas de Indio Caguama. Esta pieza es un señalamiento sobre la discriminación hacia los indígenas.

Indio is a huge but discreet installation made from thirty thousand Indio beers, alluding to the social groups that have historically been designated using the term "Indio", Indian, without referring to particular events. It looks to cause a violent but silent meeting between the spectator and a symbolic sea of Indians; and also to confront the myth and stereotypical image of the Indian you see on a calendar with the stylized idea of the various contemporary hybrids in that racial category. "Of course, this project incorporates a concern for segregation and the extreme poverty of indigenous peoples, and that is why I am drawing attention to where myth and reality meet", Cruzvillegas states.⁹

11. El indio Heineken

Una moda indigenista (neoazteca) en el arte académico de las últimas décadas del siglo XIX. La pintura y la escultura solían evocar escenas del "mundo antiguo", con indios de cuerpo apolíneo, toga romana y rostro de apache.

Enrique Krauze

Unos años después de que Heineken adquiere Cervecería Cuauhtémoc, 2012, Indio cambia su logo. Se occidentaliza al indio. De la imagen de Cuauhtémoc como esa parte de la iconografía del siglo XIX –querer reivindicar, con modelos europeos, al indio pasivo, tranquilo, "agachado"–;

⁸ La Redacción. "Criminalizan a trabajadoras domésticas en el municipio de San Pedro". *Proceso*, consultado el 20 de abril de 2011. <https://www.proceso.com.mx/268402/criminalizan-a-trabajadoras-domesticas-en-el-municipio-de-san-pedro>

⁹ Consultado el 14 de abril de 2021 en el sitio: <https://www.art-idea.com/indio/>

ahora se relaciona con la iconografía urbana global del siglo XXI, más cercana a la iconografía de los superhéroes de cómics de mitad del siglo XX y actualizada en las películas del siglo XXI.

"To re-ignite the passion amongst its existing consumers. Also to drive desire and demand amongst a wider audience"¹⁰, comenta Joanna Buist, Directora de Marca en Bulletproof.

Para algunos significa un fortalecimiento de lo nacional.

Cuauhtémoc toma de nuevo una postura de mayor seguridad, se ilustra en los colores vivos de la bandera mexicana [en el penacho], continúa la justificación de la agencia encargada del cambio de imagen.

Si bien se establece esta imagen mitica, heroica; no deja de haber cierta discriminación, borradura, ignorancia, hacia el indígena ("indio real"), que hoy busca oportunidades en la ciudad, permanece, pervive y busca sobrevivir en ella. Y se confirma en cada manifestación social, económica y simbólica el papel inferior al que se le relega en esta sociedad.

12. *#orgullosamenteindio*

Siempre hemos creído en México Unido. Reconocemos la diversidad, sin importar el color de piel, todos somos mexicanos. Sintámonos orgullosos de nuestras raíces, que nuestro color de piel no sea usado para discriminar, insultar, ni dividir a México. (Tweet de octubre 3 de 2018 en el sitio oficial de la Cerveza Indio, en respuesta a los comentarios sobre la campaña *#orgullosamenteindio*)¹¹.

Un grupo de usuarios publicó varias *selfies* en redes sociales luciendo una playera con un insulto racista con una de sus palabras tachadas. En vez de leerse "pinche indio" se observa la frase "orgullosamente indio". Uno de los participantes de esta campaña confirmó a Verne que esta campaña fue realizada para Indio, una marca de cerveza perteneciente a Cuauhtémoc Moctezuma Heineken y que buscaba luchar contra la discriminación.

¹⁰ Lin, Derrick. "Indio (Redesigned)". *Packaging of the World*, consultado el 14 de abril de 2011, <https://www.packagingoftheworld.com/2012/04/indio-redesigned.html>

¹¹ Cerveza Indio (@cervezaindio). "Siempre hemos creído en México Unido. Reconocemos la diversidad, sin importar el color de piel, todos somos mexicanos. Sintámonos orgullosos de nuestras raíces, que nuestro color de piel no sea usado para discriminar, insultar, ni dividir a México. *#OrgullosamenteIndio*". 03 de octubre de 2018, 7:05 p.m. Consultado en Twitter el 14 de abril del 2021 <https://twitter.com/cervezaindio/status/1047638711322595330?lang-es>

Pese a que la mayor parte de las publicaciones tienen un mensaje contra la discriminación, los comentarios en torno a esta campaña han sido negativos. La crítica a la marca se centra en que los *influencers* o usuarios que publicaron sus *selfies* son de tez blanca o no tienen ningún rasgo que los defina como indígenas.¹²

¿La venganza de Cuauhtémoc?

¿Esta resignificación de la imagen del indio a lo largo de más de un siglo es la confirmación de su efectividad como manipulación?

¿Desde su fundación, la cervecera operó la imagen de Cuauhtémoc solo como una fachada, como un engaño para congraciarse con el obrero, el consumidor, los jóvenes, las comunidades habitantes de los barrios, para que dejáramos entrar al enemigo a nuestra ciudad y que se apoderara de ella?

¹² Rodríguez, Darinka. “#OrgullosamenteIndio: la campaña en contra del racismo que solo utiliza personas blancas”. *El País/Verne*, consultado el 03 de octubre de 2018 en el sitio: https://verne.elpais.com/verne/2018/10/03/mexico/1538595712_558948.html

Capítulo 2

Ideología en las paredes

Voz –acallada y
evidente– de la ciudad

El arte rupestre tiene más parecido a nuestras señas de tránsito que a Picasso.

William Breen Murray

Las paredes de las calles son privadas en tanto defienden la intimidad y la propiedad privada, y son públicas en tanto se usan como pizarrón para el grafiti, campañas políticas, publicitarias y comerciales.

Camilo Contreras Delgado

La producción gráfica de los jóvenes, como también de la de aquellos que ostentan el poder está inscrita en una dimensión histórica que podemos ver representada sobre los muros de Monterrey como si estos fueran pantallas donde coexisten códigos indígenas, la imprenta colonial, iconografía religiosa, el muralismo posrevolucionario, el muralismo chicano y símbolos contemporáneos de la publicidad mercantil.

Francisco Lugo Silva

Palimpsesto

Los muros de la ciudad, más que límites y barreras (por ser límites y barreras), se vuelven el espacio donde se dirimen los estamentos sociales que transitan la ciudad y que la habitan.

Cualquier marca, signo, color dejado –consciente o inconscientemente– en las paredes, se establece como un diálogo o batalla por el poder de diversas ideologías.

Esta sobreposición se convierte en palimpsesto de los distintos discursos, rasgos de identidad y referencia que vemos al recorrer la ciudad.

i. ¿Educación socialista en Monterrey?

Educación y escuelas como campo de batalla

En los años posteriores a la Revolución, especialmente en el centro del país, inquietantes ideas surgieron en los pronunciamientos de los líderes laborales, en los murales de pintores idealistas y en las formas culturales engendradas por la muerte del viejo régimen. La congruencia ideológica entre la élite y el porfiriato no pudo renovarse en el nuevo Estado. De la ciudad de México llegaron alusiones sobre la redistribución de la riqueza, la tierra y el poder, frecuentemente llenas de entusiasmo y, a veces, con efectos tangibles. (Saragoza, 187)

La Universidad de Nuevo León sucumbirá pronto en la guerra ideológica entre los grupos conservadores y radicales del país, recién salidos de la Guerra cristera, y ahora enfrascados en el agrio episodio de la educación socialista. En concreto, la agudización de las contradicciones ideológicas tendrá en el estado uno de sus escenarios clave, y conducirá al cierre de la casa universitaria y al enfrentamiento de los industriales regiomontanos con el presidente Cárdenas. (Salazar, 42)

El enfrentamiento de la cultura de proteccionismo a los obreros tuvo como campo de batalla los espacios dedicados a la educación. En las escuelas públicas que el gobierno central construyó en Monterrey –en la década de los treinta– se hicieron murales con temática que contravenía y cuestionaba los valores regiomontanos (*El derecho de huelga, Contra la educación burguesa, El derecho a la educación de los trabajadores*).

1. Educación industrial

Según la educación socialista, la actividad educativa tendría que ser clasista en un doble sentido: por los sujetos a los que debía estar encaminada y por el tipo de conocimiento y valores que debía transmitir. No solo era cuestión de educar al pueblo, sino de proporcionarle instrumentos para su defensa y liberación, estos serían la conciencia de desarrollo de una actitud colectiva y el amor por el trabajo. (Recio Cavazos, 177)

Escuela industrial Álvaro Obregón. Vitrales. Roberto Montenegro, 1930. Educación pública industrial. Se construyó como plantel educativo de oficios industriales para varones durante el gobierno de Aarón Sáenz, lo que respondió en parte al impulso de la actividad industrial de la época.

La iconografía establece un contexto industrial, chimeneas, redes de tuberías, unos obreros con el torso desnudo realizan sus diarias faenas de trabajo. (Recorridos Culturales 1, 33 y 116)

El Sol y la Luna, simbolizan el ritmo de la actividad fabril y educativa [...], Julieta Ortiz Gaitán, describe así el vitral, "Montenegro repite, en el gran tragaluz del plafón, el motivo iconográfico y formal –con leves variantes– de los murales *Iberoamérica, Alegoría del viento y Maquinismo*: una figura femenina central, con los brazos abiertos en cruz, enmarcada por círculos concéntricos que semejan un gran engranaje." (Mendirichaga, 12)

2. Derecho de huelga

Escuela Francisco I. Madero. *El derecho de huelga*. Gustavo García Glorío, 1928. Se observa a un obrero que reclama alimento a representantes de la clase política y empresarial. El resto de la obra presenta a comunidades de obreros y campesinos reunidos que discuten y se organizan. A la derecha marchan obreros bajo la causa socialista con su bandera de la hoz y el martillo, y reunidos para reclamar el derecho a la formación de sindicatos. En la parte inferior están representados grupos de mujeres de las nuevas clases trabajadoras. (Compiani González y Cavazos Pérez, 79)

El obrero de Monterrey, señores comunistas, no es de sustancia maleable, su nivel cultural es muy superior al de los agitadores que nos visitan, y por eso en ninguna ocasión y a pesar de sus continuas incursiones, han podido moldearlos a su capricho para convertirlos en muñeco de trapo o en perro faldero que los siga a todas partes, con solo señalarles la engañifa gastada de los libertadores, emancipaciones y prebendas que tiene ya conquistadas, sin enajenar a manos del comunismo ni su honor, ni su sangre, ni el porvenir de sus mujeres y de sus hijos. (Discurso leído en el Centro Patronal, 2 de febrero de 1936)

3. Derecho a la educación de los trabajadores

La educación socialista tuvo varios mecanismos para arraigarse en el estado. Funcionaron dos escuelas marxistas: *La Revolución y la Abelardo L. Rodríguez*, y convirtieron las escuelas secundarias nocturnas en centros de difusión del comunismo. (Morado Macías, 100)

Escuela de la Revolución. El derecho a la educación de los trabajadores. Gustavo García Glorío, 1928. Se representa a una multitud de obreros y campesinos que sostienen pancartas en demanda de tierras para trabajar,

educación la liberación del yugo de la ideología burguesa. (Compiani González y Cavazos Pérez, 77)

Una pancarta dice, "Los obreros de la ciudad queremos que la escuela de la revolución nos libere del pensamiento burgués".

Escuela Abelardo L. Rodríguez. Contra la educación tradicional burguesa. Gustavo García Gloryo, 1928. En la parte superior caminan obreros demandantes en dirección hacia la nueva clase política en el extremo derecho del mural. (Compiani González y Cavazos Pérez, 75)

Decía Narciso Bassols al inaugurar la escuela "Veo en esta arquitectura la realización de lo que yo llamo cultura escolar del proletariado, la verdadera escuela para las grandes masas de la República: clara, iluminada, llena de sol y aire. Será la escuela que venga a barrer con los prejuicios, a barrer con las calamidades de la ignorancia, el fanatismo y la superstición." (El Porvenir, 20 de diciembre, 1933, en Mendirichaga, nota 4)

4. Nacionalismo de inspiración socialista

Colegio Civil: Vitrales de Roberto Montenegro, 1933. Se trata del tema reiterado de esa corriente que es el de un nacionalismo de inspiración socialista: "se manifiesta en la bandera rojinegra, en la estrella como símbolo de la Internacional Socialista, la clase obrera y la marcha revolucionaria." (Nuncio, 47 y 48).

Las protestas [por rechazar el monopolio estatal de la educación y en apoyo a la libertad de cátedra] continuaron en Monterrey, y la noche del 2 de octubre de 1935 en la Plaza del Colegio Civil fueron asesinados dos obreros y heridos varios estudiantes por desconocidos armados sin que los hechos fuesen aclarados por las autoridades locales. (Morado Macías, 100)

5. Gran homenaje a Cárdenas

Casa del Campesino. Gustavo García Gloryo y Crecenciano Garza Rivera, 1937-1938. El presidente Cárdenas cedió el edificio (antes colegio religioso) a la Confederación Nacional Campesina, por lo que se le llamó Casa del Campesino.

El mural está cargado de una visión socialista. Los autores plasmaron el sometimiento y particularmente la explotación laboral que soportaron las clases obrera y campesina por los excesos elitistas del régimen porfiriano.

El muro frontal lo ocupa, en el centro, un retrato del general Lázaro Cárdenas rodeado de símbolos modernos de progreso, como un tractor labrando la tierra, una máquina de coser, las torres metálicas de las refinerías petroleras, un teodolito como símbolo de la justa medición y repartición de la tierra, engranajes y alusiones al botiquín comunal, al plan sexenal y a las mejoras comunitarias; también se representa aquí al estudiante y al campesino que defiende y trabaja la tierra. (Compiani González y Cavazos Pérez, 5960)

6. ¿Disolver el problema?

Dado el clima de confrontación que la movilización a favor y en contra de la educación socialista estaba generando en Monterrey, el gobernador Pablo Quiroga disolvió la Universidad Socialista de Nuevo León y creó en su lugar el Consejo de Cultura Superior. (Morado Macías, 100)

ii. Desideologización de los murales

Industrialización y privatización de los murales

La última etapa del movimiento muralista se encuentra estrechamente ligada a las transformaciones ocurridas en el país con motivo de la industrialización impulsada por la Segunda Guerra Mundial. Hoteles, bancos y edificios de oficinas esperaban ser decorados. Como nunca antes, se hicieron encargos no solo por parte del Gobierno, sino por empresarios deseosos de prestigio. (Compiani González y Cavazos Pérez, 19)

Muralismo y moralismo

Según Compiani González y Cavazos Pérez, los murales no corresponden a ninguna ideología. La ideología imperante de la falta de ideología, es la ideología del capital.

*

Aunque responden a intereses y encargos muy alejados de un movimiento artístico como tal, se trata de obras de autor elaboradas bajo lineamientos acordados con un patrocinador cuyo deseo era la mera decoración de elementos arquitectónicos, tareas generalmente encomendadas por los industriales de la ciudad de Monterrey. (23)

1. Mural del tecnológico de monterrey

Este mural ensalza el triunfo diario de la cultura y el trabajo. (García Ramírez, 187)

El Tecnológico nació en momentos en que el presidente Manuel Ávila Camacho había declarado su disposición de respetar la enseñanza privada apegada a los métodos modernos, lo cual para los empresarios regiomontanos significaba crear una institución que hiciera contrapeso al avance del proyecto de educación socialista que el gobierno del general Lázaro Cárdenas había colocado en el centro de la política pública desde 1934. (García Ramírez, 186)

Cuenta el mito que la deidad suprema, Ometecuhtli, designó a Quetzalcóatl y a Tezcatlipoca para que crearan a la humanidad. Quetzalcóatl formó a los nuevos mortales amasando su propia sangre con los huesos de los hombres antiguos, y les procuró el maíz para que se alimentaran. Entonces Tezcatlipoca, dios de la maldad, celoso del éxito de su adversario, lo retó a una lucha sin cuartel y lo venció. Derrotado, el dios bueno predijo que regresaría para señorear otra vez sobre la tierra. Es este retorno de Quetzalcóatl, precisamente, triunfador y generador de progreso, el que presenta el mural en su combinación de signos nuevos y viejos, proponiendo una visión actual al tema eterno que evoca.¹³

2. El triunfo de la cultura

El mural de González Camarena lleva por nombre *El triunfo de la cultura* y, naturalmente, marca un punto de conflicto, subrayado en la década de los treinta, que llevó a los industriales de Monterrey a manifestarse a niveles simbólicos, identitarios –culturales– contra la intromisión del gobierno y su ideología socialista. Utiliza herramientas culturales –educación, arte– para resimbolizar, en los mismos términos que el discurso nacional –nacionalista posrevolucionario–, los valores de progreso de la nación basados en la protección del capital privado, de élite, para establecer un frente de lucha que, sin implicar necesariamente una postura beligerante, buscara generar adeptos en la sociedad para concretarse ante el imperativo moral de cerrar filas frente a "la corrupción gubernamental", en un poder más cohesionado dentro de la sociedad en pleno al tomar la bandera nacionalista.

De esta forma, en Monterrey el muralismo se convierte en moralismo. Y la inversión en educación que implicó la fundación del Tecnológico de Monterrey es el primer paso en esta conversión de capital en capital cultural. (*El triunfo de la cultura*, 32)

El libro de texto gratuito, ¿un mural de papel?

1. En esta esquina...

¹³ "Significado del Mural del Tecnológico de Monterrey", *YouTube*, subido por TEC Campus Monterrey, 04 de julio de 2011 en el sitio de internet: https://www.youtube.com/watch?time_continue=5&v=0E7XFT224jA

La lucha ideológica entre el socialismo nacionalista de las políticas del gobierno federal y el capitalismo internacional por parte de los empresarios de Monterrey, actualizada en los murales de las escuelas públicas en los treinta –con su respuesta en el mural de la biblioteca del Tec de Monterrey en 1954–, tiene un giro irónico.

2. ¿Tú también, González Camarena?

En 1959, a 5 años de realizado el mural del Tec por González Camarena, se establece el libro de texto gratuito.

*

Un aspecto muy sensible de la política de López Mateos fue su plan educativo que traía dolorosos recuerdos de la educación socialista de Cárdenas, así que al igual que en los treinta, la educación salió como bandera del liberalismo local, con un movimiento social que se presentó como rechazo al texto obligatorio propuesto en el centro para todas las escuelas del país. Con mucho tiempo, apoyos y recursos se planeó [en Monterrey] la manifestación de rechazo que tuvo lugar el 2 de febrero de 1962. (Zapata, 85)

A partir de 1962, irónicamente, el Libro de Texto Gratuito tiene como portada *La Patria*, pintura de Jorge González Camarena: una mujer morena con un libro abierto en la mano, ofrecido al imaginado lector.

*

Desde ese año y hasta 1972, la obra ilustró más de 350 títulos de publicaciones, imprimiéndose un total de 523 millones de ejemplares, entre materiales para profesores y alumnos.¹⁴

Al reproducirse por tantos años y circular entre tantas manos –a través del territorio nacional– una simple pintura (óleo sobre tela, de 120 x 160 cm) se convierte en una imagen pública, propagandística, que impone la educación pública.

¿Estamos ante una nueva manera de hacer dialogar la imagen pública, ideológica? ¿Sin pretenderlo, la pintura de González Camarena vuelve la discusión o enfrentamiento a un nuevo sitio?

¹⁴ Mateos-Vega, Mónica. "La patria se llamaba Victoria Dornelas". *La Jornada*, consultado el 24 de marzo de 2008, en el sitio de internet: <https://www.jornada.com.mx/2008/03/24/index.php?section=cultura&article=a13n1cul>

iii. Nomadismo, trazo y ciudad

Petroglifos

La primera manifestación de cultura que se conserva en la región es el petroglifo (2,400 a. C. aproximadamente).

Marcas de referencia

Capturó nuestra atención la similitud formal de algunos de sus trazos [de las rayas] con los símbolos que parte de las tribus recolectoras- cazadoras, nativas de la región noreste de México, pintaron y grabaron en las rocas: triángulos, rombos, espirales, círculos concéntricos, estilizaciones de figuras humanas y animales o astros (lunas, soles, estrellas). (Cristóbal López y Nydia Prieto: 2014, 125)

Lo que es arriba es abajo

Las dos crestas forman un eje perfectamente orientado a los puntos cardinales norte-sur, mientras que los petroglifos del promontorio establecen un eje poniente-oriente sobre la boca misma. El macroespacio del sitio reúne un sistema de orientación a los puntos cardinales, aprovechando la topografía natural complementada por la marcación simbólica a través de los petroglifos. (Murray, 31)

La memoria colectiva de ellos se asocia con lugares determinados como el barrio, la esquina de la banda, algunos centros nocturnos; esta acción de apropiación de los lugares tiene la consecuencia de redescubrimiento de lugares olvidados, se resignifican zonas cargadas de marginalidad y olvido. (Blanco Arboleda, 110)

Nomadismo y ciudad

El grafitero es como un nómada. Se mueve de aquí para allá por la ciudad, su escritura y sus símbolos se encuentran en todas partes, en los muros

de las bodegas, paredes de las casas, bajo los puentes, en los camiones y los baños públicos, nada se "salva" del grafitero, su huella o firma delata su vocación de nómada, con ella confirma que es el verdadero habitante de la ciudad, de los espacios no considerados habitables, solo útiles para los vehículos y las máquinas, el grafitero va por el páramo de concreto dejando su huella en todas partes, deja su rastro a la vez que traza ruta. (Cristóbal López y Nydia Prieto: 2017 01, 11)

1. El trazo se sube al camión

Los primeros apañadores se reunieron en la congregación de rutas de camiones y vendedores que trabajaban por la calle Arteaga, específicamente bandas como los Cumbiamberos (CMBS). (Trazos en el concreto, 29)

La llegada de las rutas periféricas del transporte urbano que recorren tres o más municipios colindantes con Monterrey facilitó la dispersión del fenómeno del grafiti en el área metropolitana. (Trazos en el concreto, 36)

2. El trayecto del cuerpo por la ciudad

Gestos performáticos que dejan huella en el espacio público¹⁵ y lo dotan de sentido; monocromático, negro para que dure; forma ángulos agudos que semejan ganchos, anzuelos, puntas, flecha; su eje o centro es una figura geométrica –triángulo, rombo, espiral–; en una abreviatura de consonantes incluyen la firma individual o colectiva; en su escala, marca una trayectoria, su altura fija la dimensión humana, su longitud traza un trayecto de ese cuerpo por la ciudad. (Cristóbal López y Nydia Prieto: 2014, 126)

Diálogo vulnerable

[A la calle Arteaga] venían a buscarte por como pintas; decían: "Ah, te juntas con éste" y "aquél se juntó con aquél", o "pues yo quiero grafitear contigo, ten, yo pongo el bote". (Cristóbal López y Nydia Prieto: 2014, 125)

[Se da el caso que] uno o varios individuos adopten y reelaboren el gancho de alguien, y desde luego que alguien herede su firma (en vida o muerte)

¹⁵ "Graffiti ESTILO ganchos mty. PROMO". Youtube, subido a internet por *taylangy1797*, consultado el 20 de agosto de 2010, el el sitio: https://www.youtube.com/watch?v=_Dhyzow1cT4

a sus hijos, sobrinos, admiradores o hasta enemigos. (Cristóbal López y Nydia Prieto: 2014, 126)

Oasis y caguama

En estas ocasiones [los mitotes] se juntaban varios grupos vecinos para bailar durante dos días y noches, y para concertar la paz o planear la guerra contra sus enemigos. La reunión se acompañaba con el consumo de peyote, que conserva aún su significado sagrado entre muchos grupos indígenas actuales. Estos eventos pueden estar relacionados con la producción de arte rupestre. (Murray, 25)

Los jóvenes colombianos se reunían en sus esquinas con grabadoras, en las fiestas de barrio que eran abiertas a todos los vecinos o en las ocasiones que había tocadas o conciertos. De esta manera, las interacciones y el reconocimiento mutuo se mantuvieron muy restringidos. La estrategia metodológica de alianza con los movimientos juveniles colombianos, no tardó en rendir frutos. De esta manera, se crea por primera vez una comunidad colombiana en el ámbito de la ciudad. (Blanco Arboleda, 93)

El hilo que une a los sitios de arte rupestre es la presencia del agua. Se asocian siempre con alguna fuente de agua cercana que proporcionaba abasto suficiente para una banda pequeña de cazadores y recolectores, por lo menos en ciertas épocas del año.

Hace más de treinta años, Taylor (1966) propuso el modelo de nomadismo atado (*tethered nomadism*) para describir esta forma de vida que prevalecía en la prehistoria, y el modelo cabe casi perfectamente con la distribución de sitios en esta región, estando asociado al arte rupestre con el "oasis" que formaba el ancla de la red migratoria. (Murray, 26-27)

Asisten a algunos de los bailes en los dos grandes centros que presentan artistas colombianos en la ciudad, de manera grupal entre 20 y 30 miembros. La necesidad de ir en grupo está en que dentro de estos locales las zonas están divididas por las agrupaciones de bandas, así que cada grupo debe respetar la zona del otro. Muchas veces no alcanzan a llegar al inicio del baile ya que apenas ingresan, se pelean y son sacados del local. Una vez inicia el baile se arma la 'rueda' de la cumbia. (Blanco Arboleda, 116)

La ruta de agua en la ciudad, es la cerveza, la caguama.

iv. Defensa y criminalización

Palimpsesto de capitales

La esencia del gancho es agredir al otro en las paredes.

Cristóbal López y Nydia Prieto

1. Contra la ideología

En la antigua hacienda de San Bernabé (Municipio de Mina), fundada a principios del siglo XVIII, hallamos una cruz tlaxcalteca grabada encima de los antiguos petroglifos de puntas de proyectil y huellas de oso. (Murray, 25)

2. Contra el otro

También cuando [los apañes] son colocados en los territorios enemigos sirven como afrenta a las otredades sociales, invasión a los territorios de otros grupos, injuria a las bandas rivales, esto denota valentía, emprendimiento, capacidad, poder, "saber rifársela". (Blanco Arboleda, 111)

3. Contra la criminalización

Los investigadores de psicología social explican su nacimiento [de la firma o apañel] como estrategia de autodefensa frente a la progresiva criminalización de la juventud que empezó a operar desde 1980, en función de la necesidad de anonimato juvenil frente a la identificación y acoso policiaco. (Cristóbal López y Nydia Prieto: 2014, 128)

4. Contra la autoridad

Debe ser de una sola línea y trazos sencillos para hacerlo antes de ser descubierto por el dueño de la pared o por la policía (Cristóbal López y Nydia Prieto: 2014, 128)

Ellos simplemente se apoderaron de alguna parte de terreno y dicen que es de ellos, pero al final de cuentas lo que los sostiene, ¿pos quiénes son?, la gente, ¿no?, entonces ¿por qué no vas a tener derecho, por qué no tener derecho de rayar el Palacio de Gobierno? (Iván Alcalá Salazar, entrevistado por Cristóbal López y Nydia Prieto: 2017 02, 15)

Otro elemento del espacio urbano creado por el barrio [La Coyotera], visto desde el exterior, son los grafitis que llenan las fachadas y bardas de casas, de cortinas metálicas de bodegas y de fábricas. Esta amalgama de signos compite con mucha desventaja con los enormes y frecuentes anuncios con publicidad y propaganda electoral. (García, 106-107)

La superposición de ganchos, firmas, implica una confrontación por el territorio. Pero hay otra confrontación que se da entre estos gestos y sus superficies.

Los subalternos, marginados, se "montan" sobre la propiedad, el patrimonio, el comercio, sobre ámbitos de los que están marginados, olvidados.

Tratan de marcar, anular, agredir, esas cercas, esas paredes o separaciones que definen la propiedad del otro, la propiedad privada, desde el espacio público, desde el espacio de nadie.

Identidad y tradición

Las características estéticas y sociales de los ganchos, en contraste con el grafiti de influencia estadounidense y las distintas vertientes de muralismo o arte callejero que se han generado en el área metropolitana desde principios de los años noventa, solo se encuentran en Monterrey. (Trazos, 45)

Que no tenga una línea del gabacho o de Europa son los ganchos y lo que estamos haciendo nosotros [los de la EFE: Fabián Sánchez Calderón, Fernando Ayala Cuéllar y Fidel Ordoñez]; porque lo que hacemos no tiene otra referencia, a veces dicen "ah, en Brasil...", porque la técnica del rodillo la usan mucho en Brasil pero no hay nadie que haya hecho un lenguaje a partir del rodillo y menos basados en la tradición. (Fabián Sánchez entrevistado por Cristóbal López y Nydia Prieto: 2017 04, 17)

Destrucción visual¹⁶

La ilegalidad es la esencia del grafiti

¹⁶ "Macropinta en el puente de Constitución", Youtube, subido por Andrés Magaña, consultado el 09 de octubre de 2009 en el sitio de internet: <https://www.youtube.com/watch?v=79sDR-gMk-i4>

El 17 de mayo de 2009¹⁷ un grupo de aproximadamente trescientos jóvenes salió a hacer grafiti en un paso a desnivel de la avenida Constitución. Las pintas abarcaron más de un kilómetro de largo en ambos lados de los carriles de la avenida y se les acuñó el nombre de Macropinta. Los medios locales reportaron que al menos trece jóvenes fueron detenidos, incluyendo menores de edad; sin embargo, algunos participantes en el evento reconocen haber visto a más de cien en las celdas. (Trazos, 75)

Blanqueo y borradura

Esta nueva generación de jóvenes toma las calles, las esquinas y sus barrios. Inician la apropiación simbólica del espacio convirtiéndolo en territorio, establecen nuevos imaginarios como una respuesta a la desestructuración social que experimentan. (Blanco Arboleda, 101)

Los programas para la juventud en vez de atacar el problema, solo atacan los síntomas visibles, evitan el grafiti o lo "blanquean" al proporcionarles pintura a los jóvenes para que, o borren las rayas de la colonia o hagan grafiti con "mensajes positivos". (Blanco Arboleda, 103)

[Los programas del Estado] contribuyen al nomos de la arquitectura social. Borradura del mismo grafiti como práctica cultural, con lo que se difunde y perpetúa la visión negativa del grafiti ilegal, la criminalización de sus productores y la difusión de una estética hegemónica basada en cánones clásicos de belleza y en supuestos aportes positivos a la sociedad. (Dokins, 133)

¹⁷ "Destrucción Visual 09". Youtube, subido por *Destvisual*, consultado el 13 de julio de 2009 en el sitio de internet: <https://www.youtube.com/watch?v=QzrTkyNV4Ms>

v. Algunas capitalizaciones del grafiti

Arte urbano y capital

1. Globalización y estetización del grafiti

Durante los años noventa se formalizó la actividad: grupos de jóvenes se dedicaban a la práctica del grafiti. Asimilaron estilos de artistas extranjeros a través de los medios, revistas y documentales. Poco a poco, en la ciudad se comercializarían los materiales básicos y herramientas que enriquecían los trazos. También en las calles se haría presente la influencia del estilo del grafiti estadounidense. (Trazos, 52)

2. Grafiti como parte de las industrias creativas

Gracias a la aplicación de esas técnicas [diseño digital, fotografía, grabado, serigrafía, video] en trabajos independientes o en alguna empresa creativa, muchos creadores de arte urbano han encontrado sustento económico. (Trazos, 96)

El imaginario juvenil y el grafiti se introducen en las estrategias capitalistas de empresas y en su discurso publicitario. Las empresas utilizan a los productores del grafiti y arte urbano como modo de incorporación al mercado y a la industria cultural "para seguir difundiendo en las instituciones culturales una visión corporativa, o productores ideológicamente preparados para, bajo la promesa de acceso a un estilo de vida hedonista, estar dispuestos a ser explotados". (Dokins, 132-133)

3. La cosa es buscarle

Campañas como la de *Indio, la cosa es buscarle*¹⁸, 2009, utilizan el arte urbano para redefinir su mercado entre los jóvenes.

Particularmente el interés por el capital es más evidente en el papel que Comex juega en este aprovechamiento del mercado alrededor del grafiti. Por un lado lanza una campaña (*Comex series*¹⁹, *Arts talks*, 2011) y una serie

¹⁸ "Cerveza Indio - La cosa es buscarle". *Youtube*, subida por *Soda Producciones*, consultado el 17 de agosto de 2011 en el sitio de internet: <https://www.youtube.com/watch?v=sbiJMmuxgh8>

¹⁹ "Murales de Okuda con pintura Comex, dan color a la vida". *Youtube*, subido por *Comex*, consultado el 15 de mayo de 2013 en el sitio: <https://www.youtube.com/watch?v=BM197TyuGeY>

de concursos (2008) con artistas urbanos famosos para promover el uso "artístico" de sus pinturas; y por el otro lanza una línea de pinturas anti-grafiti²⁰ para que los dueños de negocios y de casas particulares "protejan del ataque del grafiti" su propiedad (2009).

En la campaña de introducción, después de pintar algunos muros de blanco, pintaron, con esta pintura "anti-grafiti" un letrero "invisible", y "cuando las paredes se llenaron de grafiti, las limpiamos para dejar al descubierto nuestro mensaje". El letrero solo decía "pintura anti-grafiti, Comex".

¡Qué mejor manera de simbolizar, el uso, blanqueo del grafiti como publicidad en defensa del grafiti! Literalmente "desmontan" todo el grafiti hecho espontáneamente, lo borran para utilizarlo como publicidad y volver al grafiti, en ese "desmontaje", su propia anti-publicidad.

¿Arte urbano y retrato?

El proyecto *Seres Queridos* (mayo de 2010), organizado por MARCO y por otras instituciones, consistía en conocer y reconocer a ciertos personajes comunes de la ciudad, arraigados a cierta comunidad, y darles visibilidad a través de un retrato en los muros de la ciudad.

Tal vez nadie notó la contradicción ideológica de las dos distintas manifestaciones. El arte urbano –más comunitario– y el retrato –un género que destaca a los individuos sobre la colectividad– más acorde a la ideología del capital que, al reconocer a unos pocos, no resuelve la marginación ni la estructura que la genera, solo reproduce la sensación en estos individuos y, por identificación de algunos que aspiramos a estar en su lugar, de que "el sacrificio", el esfuerzo, valió la pena.

Además, aunque todavía queda algún retrato en los muros, este proyecto no duró más de unos meses –sobre todo en las instituciones– por lo que el orden social de las cosas, pronto volvió al lugar hegemónico de siempre.

²⁰ "Pintura anti-grafiti Comex". Youtube, subido por *Tampaxultra*, consultado el 05 de marzo de 2009, en el sitio de internet: <https://www.youtube.com/watch?v=IPuQD5yYFYU>

Cuando más los necesitábamos

Aparecen propuestas y programas institucionales que muestran más bien el carácter internacional y global de la agenda cultural-institucional, producto de la hiperflexibilidad capitalista, en los que se ha realizado ya una incorporación de las estéticas y prácticas alternativas, no como un modo de revertir las prácticas de grafiti ilegal o arte urbano, sino por el reconocimiento e interés epistemológico propios del capitalismo cognitivo. Conarte ha incorporado estas prácticas bajo el esquema de prácticas de cultura popular en el Festival de Expresiones Urbanas Callegenera (2011), con el que se promueve la reflexión y conocimiento de manifestaciones creativas desde la urbe; integra una exposición de grafiti, talleres, conferencias, mesas de discusión, proyecciones, competencias de *break dance* y *skateboarding*, conciertos de diversos géneros musicales, entre otras actividades en el Parque Fundidora. (Dokins, 133)

La institucionalización, instrumentalización, comercialización del, así llamado, arte urbano (*Seres Queridos*, *Callegenera*, programas gubernamentales, *Indio*, *la cosa es buscarle*, *Comex series*, *Arts talks*), ese abandono del proceso crítico, dialógico –ilegal, incluso–, surge en un periodo en que la ciudad tal vez lo necesitaba más que nunca.

El retiro o la naturalización, la neutralización ideológica que sufre el grafiti, coincide con un periodo crítico del espacio público, con el retiro que la ciudadanía tuvo de las calles debido a la violencia que, entre 2009 y 2012, tomó a la ciudad.

Esa necesidad de medios comunitarios, simbólicos, públicos que a la luz de muros abiertos permitieran generar una conciencia colectiva, se vio abandonada, nulificada en el momento en que la ciudad más lo necesitaba.

*

En una ciudad que sufre un momento de tensión constante entre la política estatal y el crimen organizado, en donde la violencia llega a puntos tales en los que pareciera haber un tácito toque de queda, ahí donde el suelo arde, las calles, las paredes que habían sido marcadas con las inscripciones del alfabeto colérico y rebelde se han abandonado o vestido de colores y formas medidas confundidas, al servicio de la oficialidad, se han desplazado a los estudios, oficinas y despachos, a la decoración. (Dokins, 135)

vi. El color de la indiferencia

El color de la pobreza

Casi todas las cantinas [en la Coyotera] están pintadas con la misma combinación de colores, como consecuencia de mantener un contrato de exclusividad con la marca local de cerveza [Carta Blanca], por tanto, todas son solo un gran anuncio repetido en colores blanco, amarillo y rojo. (García, 106)

El panorama de México urbano no se podría entender sin la presencia abrumadora de los Oxxo. El rojo y amarillo que los distingue se ha incrustado en el paisaje de ciudades, suburbios, pueblos y hasta carreteras. Tan solo en 2016 se abrieron 1,160 nuevas tiendas de acuerdo al informe anual de FEMSA. Aunque no hay estudios puntuales que midan la correlación entre la desaparición de las tienditas de la esquina por culpa del agresivo modelo de expansión de FEMSA, las estimaciones varían. Algunas notas periodísticas hablan de entre 5 y 35 tiendas de abarrotes que desaparecen en un radio cercano a cada apertura de un Oxxo y que por tradición sabemos que son negocios informales que le dan sustento a muchas familias.²¹

Acción acomodaticia

1. Frases al mejor postor

Acción Poética es un proyecto 100 % regio que además ha trascendido la ciudad hasta instalarse en muros de algunas ciudades de Latinoamérica.

En 1996 el poeta Armando Alanís decide cada domingo resignificar los muros de los predios abandonados de la ciudad para darles un sentido a través de la palabra.

Por la obstinación de este individuo la ciudad se puebla anónimamente de letras de canciones y trozos de poemas legibles desde el tránsito por

²¹ Zertuche. "El urbanismo del OXXO". *Contextual*, consultado el 11 de noviembre de 2017, en el sitio de internet: <https://contextual.mx/contenido/el-urbanismo-del-oxxo>

las calles. Por años los transeúntes se identifican con el proyecto y lo toman como propio.

De un proyecto urbano que –a través de la poesía– reconfiguraba y reconceptualizaba la ciudad por la palabra, casi un diseñador urbano (uno de sus leitmotiv es “sin poesía, no hay ciudad”), *Acción Poética*, cuando la ciudad más necesitaba identidad, fuerza, consciencia, en el espacio público; renunció a tomar la batuta crítica, de cuestionamiento, y prefirió hacer proyectos publicitarios siguiendo su regla de “no tocar temas políticos ni religiosos”. Pero, parece que sí, económicos.

En 2010 el restaurante La Nacional le encargó a Armando, a través de la agencia de publicidad Tridente²², eslogans que en muros, las camionetas del restaurante y espectaculares, plagaban la ciudad con ¿publicidad o poesía? (“Hoy es día de lechón”). Además, las paredes del restaurante se decoraban con fotos de los muros con las frases de *Acción Poética* tomadas por Juan Rodrigo Llaguno. En el video promocional de la campaña se dice, “Monterrey es una ciudad activa del norte de México, reconocida por su industria, negocios y gastronomía... que sale adelante a pesar de un problema muy fuerte de inseguridad”¹⁷, como justificando que este volver a lo básico, en el menú y en una resimbolización urbana, es una alternativa de “resistencia” desde ese seguir haciendo negocios.

Para 2013, *Acción Poética*, por igual apoya festivales de rock como Pa'l Norte, o cambia sus clásicas bardas en blanco y negro por una serie de colores extraños solo porque Comex lo apoya –¿con saldos de pintura?– mientras la empresa se apoya en una nueva estrategia de expansión denominada “Un mejor color para Monterrey”²³ con la apertura de 15 nuevas sucursales para sumar 85 en la ciudad; o celebra el centenario del natalicio de Octavio Paz (2014) buscando financiar su proyecto en una fondeadora: “Su meta es recaudar 150,000 pesos que se usarán exclusivamente para materiales y los gastos de viaje que se requieran para pintar 100 bardas en las distintas ciudades del mundo donde existe Acción Poética con versos de Octavio Paz.”; o –dado que murió el canta autor– hacer un homenaje en las bardas al discurso de Juan Gabriel (2016).

²² “Acción Poética para La Nacional”. Youtube, subido por Tridente Brand Firm, consultado el 24 de febrero de 2011, en el sitio: <https://vimeo.com/20348069>

²³ Velázquez, Poleth. “Comex abre 15 tiendas en NL”. *El Horizonte*, consultado el 29 de noviembre de 2013, en el sitio: <https://delhorizonte.mx/finanzas/comex-abre-15-tiendas-en-nl/820378>

Unos años después marca un cambio en su "regla" de no tocar temas políticos, al apoyar, con bardas para las elecciones municipales del 2015, la candidatura independiente de Lorenia Canavati a la alcaldía de San Pedro.

En los últimos meses lanzó una campaña "se pintan casas a domicilio", donde se presta a decorar espacios interiores con frases de su *Acción Poética*.

En una reducción a mercancía de un proyecto que empezó dentro del espacio público, su último proyecto es llevar al lienzo algunas de sus frases y así venderlas como un cuadro de decoración a bajo costo, emulando al arte en espacios privados.

La invención del barrio antiguo

Para el turista de pisa y corre, para el visitante de ocasión y para el usuario desentendido no es necesario vivir las arquitecturas de una zona con fuerte carga patrimonial declarada; basta con que sea posible apreciar el espectáculo del patrimonio desde la calle. (Casas, 82)

En el contexto de la potencial explotación turística de la zona se suele ejercer el engaño cambiando la autenticidad, con todo y sus naturales defectos y accidentes evolutivos, por un escenario cargado de romanticismo que se materializa en las fachadas, en algo que es apenas la parte epidérmica de la arquitectura. Este ejercicio reduccionista logra en muy poco tiempo estereotipar algunas pocas variantes arquitectónicas, pero sobre todo de fachada, hasta producir una versión sintetizada y edulcorada de un pasado que nunca existió. A este fenómeno higienizante de metamorfosis arquitectónica intencional, muchas veces proyectada y reglamentada, se le suele llamar disneylandización. (Casas, 68)

El mural más grande

1. Un condominio

En junio de 1958 fue presentado el proyecto del Condominio del Norte, popularmente conocido como el Edificio Latino.

El plan original del edificio eran 29 pisos de oficinas, 2 pisos subterráneos de estacionamiento y un ático donde estaría una cafetería.

El 24 de abril de 1961 se inauguró el edificio.

Entre los usos que ha tenido destacan oficinas, hotel, restaurante, club nocturno y algunos pisos de uso habitacional.

El proyecto arquitectónico fue del ingeniero Ismael Garza Treviño, el ingeniero Jesús Fernández Guerra y el arquitecto fue Eduardo Padilla Martínez Negrete.

La altura del Edificio Latino es de 105 metros, sin contar el asta-bandera ni la antena. En su fachada poniente tiene un pequeño mural modernista de mosaico.

Posterior a la inauguración de la Macroplaza, la totalidad de la cara oriente del edificio ostenta enormes anuncios de Coca-Cola, Rayados o Tecate.

Hoy, las decenas de edificios que pueblan la ciudad, siguen esta tendencia de ser enormes escaparates publicitarios.

2. Un enorme muro naranja

El otro hito de la zona es el Faro del Comercio de 69.80 metros de altura.

[El Faro del Comercio] parte escultura y parte edificio, el resultado es una exaltación del muro como referente máximo de las creaciones arquitectónicas y de las arquitecturas vernáculas y coloniales mexicanas que inspiraron la obra moderna de Barragán. (José Manuel Prieto, en *Recorridos culturales I*, 76)

Así se simboliza hoy el capital en la ciudad.

La seguridad es primero

1. Advertencia en las paredes de la planta

A principio de los años treinta, el sesenta por ciento de los trabajadores sufría anualmente una herida que requería atención médica. Esos accidentes se traducían en un promedio de diez días perdidos por incidente. Los accidentes eran costosos para la empresa, no solo en términos de productividad, también de paquetes de compensación.

Fundidora lanzó una bien publicitada campaña contra accidentes, promoviendo como la primera en su tipo en México. CYPsa publicó consejos de seguridad en las publicaciones de la empresa y contrató a un muralista local para que pintara advertencias por toda la empresa. (Snodgrass, 135)

2. Una tragedia escrita en el techo del horno 3

Una tragedia casi olvidada. Un hecho que ocurrió en la Fundidora de Monterrey, un accidente trágico y evidente para la industria sucedió en un día laboral no obligatorio, el 20 de noviembre de 1971 estando en el área de trabajo y por error, una olla con hierro fundido a más de 1590 grados de calor frente al horno no. 4 que, al derramarse, terminó con la vida de cerca de 17 empleados del horno de Fundidora.

Este suceso se debió a la falta de protección en la cabina de mando contra las chispas que saltan de la olla y una falla electromecánica pudo haber sido la causa de la tragedia. Como quiera no sabremos lo que en verdad sucedió, solo las hipótesis a las investigaciones que realizaron las autoridades en su momento.

Esta gran industria de la Fundidora de Acero de Monterrey tenía unos estándares de calidad, como por ejemplo: *La seguridad es primero* y *La seguridad es cero defectos*.²⁴

Queda, como evidencia de esta política sobre la seguridad, una fotografía que llegó al techo exterior del Horno 3. El letrero dice, *La seguridad es primero*.

3. ¿Es usted feliz?

Estudios sobre la felicidad nació hace veinte años en medio de una situación desesperada: Santiago de Chile, 1979. Fue fruto de mi idealismo utópico que trataba de combinar con poesía, actividad ingenua pero muy necesaria en aquella época. Tenía entonces veintitrés años y acababa de abandonar mi carrera de arquitectura.

Finalmente, y tristemente, siento haber perdido el idealismo utópico-poético de entonces. Gramsci proponía contraponer al pesimismo de la inteligencia el optimismo de la voluntad. En eso estoy, no muy convencido.

²⁴ Annie. "Asueto oscuro: una tragedia casi olvidada". *La Olla Exprezza*, 30 de septiembre de 2010, <http://laollaexprezza.blogspot.com/2010/09/asueto-oscuro-una-tragedia-casi.html>

(Valdés, Adriana. Alfredo Jaar en Estudios sobre la felicidad 1979-1981. Editorial Actar, Barcelona, 1999)

4 ¿podría repetirme la pregunta?

En la Bienal FEMSA de 2017, *Poéticas del decrecimiento. ¿Cómo vivir mejor con menos?* se invitó a Alfredo Jaar, "quien reactiva una de sus piezas de 1981, que plantea un estudio sobre la felicidad de las personas". Una de las reproducciones de su letrero,

¿Es usted feliz?, entre diversos sitios dentro y fuera de la ciudad, se puso sobre el techo del Horno 3, ahora convertido en un parque temático industrial.

Dado el contexto por el que pasa la ciudad, hace ya demasiados años ¿no era necesario recontextualizar el letrero que lució en el techo del Horno 3, en vez de repetir de manera literal el proyecto de Jaar?

Después del trauma que causó a la ciudad el cierre de Fundidora por quiebra en 1986, después de más de una década de que Monterrey es escenario de la guerra entre los cárteles y el ejército, "La seguridad es primero", pudo haber sido un cuestionamiento más profundo. Ese, "¿Es usted feliz?" resulta en la reproducción, más que ingenua, neutralizada, indiferente, como un eslogan, un "proyecto de arte" que funcionó en otro país, con otra historia y en otro momento.

Más que un cuestionamiento, el letrero se convirtió en una postal turística, en un paisaje de un bienestar aparente, un sitio más de curiosidad, un lugar para reproducir una más de las fotos que naturalizan cualquier "cuestionamiento", que lo neutralizan.

La seguridad es primero. Solo después viene la felicidad.

vii. Los colores de la gentrificación

Grafiti y gentrificación

Durante los primeros años del siglo XXI, el grafiti toma los predios baldíos del centro de la ciudad y, sin pretenderlo, se convierte en el signo indistinto de zonas susceptibles a gentrificar.

Los grandes terrenos baldíos que operan en distintos sectores de la ciudad, en zonas en desarrollo o entre municipios, como "colchón" o reserva territorial, susceptible a la especulación, empiezan a mostrar signos evidentes que, por la indigencia y por el grafiti, se vuelven marcadores del abandono, al mismo tiempo pauperizantes y resignificantes. Menú "nutritivo" para un perfecto banquete de regeneración urbana.

¿No resulta contradictorio que el grafiti, después de ser una práctica crítica y contestataria del discurso hegemónico sobre el trazo de la ciudad, ahora se vuelva una herramienta de mediación que "embellece" las zonas pauperizadas de la ciudad, los barrios y, en complicidad con desarrolladores, neutraliza la posibilidad de resistencia de los habitantes originarios de estas zonas a recapitalizar?

Antes que las vallas publicitarias, que se emplazan en el perímetro de cada predio donde se construye un nuevo desarrollo, el grafiti es el signo incuestionado en la ciudad de que ahí se desarrollará un nuevo proyecto urbano que volverá más lucrativo y costoso ese terreno.

Un túnel y un mural

1. El puente, el túnel, la interconexión, son herramientas de la movilidad, de la movilidad urbana –facilitar los flujos, tanto de automóviles como de transeúntes– más nunca de la movilidad social.

Un interés más práctico de la movilidad urbana es dar acceso al capital que se convierte en puente entre dos distintos grupos sociales.

2. El problema a resolver con los puentes, accesos, particularmente con el túnel de la Loma Larga y la anunciada interconexión entre la Macroplaza y Valle Oriente es el excesivo flujo de vehículos y personas que cada día se

mueve en San Pedro, proveniente de otros municipios (400 mil vehículos y cerca de 70 mil personas no residentes).

¿Qué hace tanta gente ahí?, ¿qué busca?

Principalmente son empleados de los comercios, oficinas y proveen los servicios domésticos que necesita la zona para sobrevivir.

Esto hace que se establezca una relación compleja entre los residentes y esta marea de gente. Al mismo tiempo que los residentes rechazan a los que a diario trabajan ahí –y quieren blindar el municipio, empadronar a lavacoches y empleadas domésticas– los necesitan para ellos mantener su patrimonio; al mismo tiempo que los consideran un problema, necesitan que alguien atienda los negocios y que consuma en los centros comerciales, restaurantes y antros que caracterizan a este municipio.

Es decir, lo que hace insuficientes las vías es que estas conexiones son realmente accesos al capital, para unos de consumo, para otros de ingreso y lo que conviene es no solo mantenerlo sino ampliarlo.

3. No solo el principal, sino el permanente obstáculo para hacer una conexión libre y tomar posesión de una de las mejores vistas del área metropolitana lo ha representado la colonia Independencia.

La Independencia es una de las colonias más antiguas de la ciudad, con más de 100 años de existencia. Como uno de los barrios populares más tradicionales fue el primer asentamiento de obreros que venían de otras ciudades buscando empleo en las industrias locales (Fundidora, Cervecería).

En el último cuarto del siglo XX, la crisis se manifestó en el desinterés y abandono de estos grupos vulnerables, lo que acarreó distintas formas de violencia: toma de predios irregulares, pandillerismo y delincuencia.

Desde los ochenta, la Independencia ha representado un obstáculo entre la Macroplaza y sus museos y el desarrollo de Valle Oriente para "embellecer la ciudad".

En vez de solucionar el problema, la estrategia de gobierno e iniciativa privada ha sido ignorarla. Pasar por debajo con un túnel; por encima con un viaducto elevado y un teleférico.

4. La cultura global (un museo, una escultura) es una forma de detonar proyectos de renovación urbana y especulación inmobiliaria.

A principio del nuevo milenio, en la administración del gobernador Fernando Canales, se trató de hacer *Cruz y Luz*, proyecto encargado al arquitecto Santiago Calatrava (una cruz robótica de 140 metros), para rescatar el espacio público de la colonia. El proyecto nunca se realizó.

Para el 2015, una nota del periódico ABC²⁵ registra que se gastaron más de 12 millones de pesos en infraestructura (una plazoleta, unos baños públicos), por el Gobierno del Estado, de los 50 presupuestados. Hoy es "un refugio para drogadictos y un mirador con vista espectacular que muy pocos pueden disfrutar".

En julio de 2017 Mauricio Fernández, alcalde de San Pedro y accionista de ALFA, retoma el proyecto, ahora con Frank Gehry, "le propuso al arquitecto diseñar una cruz monumental que se ubicaría en la parte alta de la Loma Larga, en el límite de San Pedro y Monterrey, cerca del edificio Los Soles". Además, construirá un museo en el parque Rufino Tamayo (Valle Oriente) para sus colecciones, registra El Norte.²⁶

El poder tiene que pasarle por arriba o por un túnel a la Independencia, porque a través de la cultura global no les será fácil convencer a sus habitantes. La cultura de resistencia que ha construido la comunidad (rayas, cumbia colombiana) no cederá ante ninguna cruz.

5. En septiembre de 2017 se inauguró, en el túnel de la Loma Larga que conecta Monterrey y San Pedro, un mural del Dr. Lakra. El mural que se ostenta como el mural al aire libre más grande del país, por sus 1,500 metros cuadrados, lo patrocinó Marco Garza Mercado, director general de GM Capital²⁷, uno de los principales desarrolladores de Valle Oriente y que en 2016 puso la primera piedra del Distrito Armida, "un complejo urbano que alojará 9 torres que fungirán como pilares arquitectónicos con departamentos, oficinas, zonas comerciales, restaurantes, supermercados, hoteles y zonas de esparcimiento entre otros espacios, que definitivamente modificará el entorno urbano, dándole a la ciudad de Monterrey un conjunto que conjuga integración horizontal y vertical, y un

²⁵ "No hubo cruz ni luz". *ABCNoticias*, consultado el 08 de enero de 2015, en el sitio: <https://abc-noticias.mx/no-hubo-cruz-ni-luz/g720>

²⁶ Martínez, Teresa. "Proyecta Mauricio obras con Gehry". *El Norte*, consultado el 28 de julio de 2017, en el sitio de internet: <https://www.elnorte.com/aplicaciones/articulo/default.aspx?id=1172738&lcmd5-bf227693f66479d2590729048b398988>

²⁷ Distrito Armida. Modernidad, Arte y Cultura, consultado el 14 de abril de 2021 en el sitio de internet: <https://distritoarmida.com/>

lugar que permita que la conectividad fluya y se mezcle con el entorno de manera natural y orgánica."

La nota de La Razón, continúa, "el empresario inmobiliario informó que el complejo, que integra 9 torres y que modificará la vista urbana de Monterrey, incluye como premisa los principios de equidad social e inclusión, ya que será construido por verdaderos expertos en diseño y arquitectura."²⁸

Otra vez, el capital se ampara en el discurso de la "equidad social y la inclusión".

6. Por este mural se le pagó a Lakra 50 mil dólares.

Las interconexiones construidas por el capital, más que unir, polarizan las diferencias.

El color del capital

1. Hombres trabajando

Las redes que, en los edificios en construcción limitan las placas de cemento que aún no tienen paredes; el ejército de chalecos y cascos de los trabajadores que atraviesan y ocupan la ciudad; los conos, cilindros o simples indicadores en las calles –cerca de las construcciones– que marcan los nuevos accesos, aberturas en el suelo para instalar drenajes más amplios, para recalibrar las líneas y cargas de las nuevas conexiones eléctricas. Todos esos objetos naranja son el síntoma evidente de que la ciudad deja de ser horizontal y toma el reto de empezar a elevarse a una dimensión vertical.

2. La gran obra comienza

Como una activación, una campaña publicitaria del desarrollo urbano Arboleda²⁹, se le comisiona a *Los contratistas*, productores visuales, una instalación que toma el color naranja y elementos como conos, palas,

²⁸ La_razon_online. "Coloca GM Capital primera piedra del Distrito Armida". *La Razón*, consultado el 17 de noviembre de 2016, en el sitio de internet: <https://www.razon.com.mx/negocios/coloca-gm-capital-primera-piedra-del-distrito-armida/>

²⁹ "Arboleda - La Gran Obra Comienza". *Youtube*, subido por *Arboleda*, consultado el 26 de mayo de 2015, en el sitio de internet: <https://www.youtube.com/watch?v=QYatVTmCHGU>

contenedores, carretillas, pasos de cebra, y lo convierte en una estética y un signo de que, en Monterrey, la producción cultural, el *branding*, la construcción de nuevos desarrollos inmobiliarios y la producción de capital se uniforman en el color naranja.

En el video que acompaña esta activación, el pintar de naranja las herramientas básicas de la construcción, se convierte en un simbólico toque de Midas, que convierte en capital todo lo tocado por este color. Pero, el único que se beneficia de esta transfiguración no es quien utiliza estas herramientas de trabajo, sino quien las manda pintar.

La campaña tiene el eslogan #lagranobracomienza, como una sutil evidenciación, un banderazo de inicio de la nueva manera en la que el capital regiomontano se manifiesta, toma forma en la ciudad. El nuevo color del capital es naranja.

Capítulo 3

De la plaza pública al suplemento social

Identidad: visibilidad
y pertenencia

*No un conjunto de imágenes, sino una relación social
entre las personas, mediatizada por las imágenes.*

Guy Debord

Es a la vez vendedora y mercancía.

Walter Benjamin

*Construyamos una ciudad con una torre que llegue hasta
el cielo. De ese modo nos haremos famosos y evitaremos
ser dispersados por toda la tierra.*

Génesis 11: 4

Mirada, identidad y capital

El espacio público se ha desmaterializado y sometido a fenómenos que afectan el modo en que las relaciones se hacen en él.

Hoy la fotografía y los medios de comunicación conforman un nuevo espacio público.

La identidad se define por la mirada dentro de las relaciones de producción de capital.

El espacio público es el lugar de estas relaciones.

i. La construcción de la apariencia

Retrato y sociabilidad

1. La máquina que reproduce a la persona

En noviembre de 1842 el *Semanario Político del Gobierno de Nuevo León*, en una pequeña inserción pagada registra,

Vivos retratos

Don Eduardo Wilder respetuosamente avisa a los sres. de Monterrey que permanecerá un corto tiempo en esta ciudad con el objeto de sacar los retratos de las personas que gusten ocuparlo.

Los retratos se sacan con una máquina llamada daguerrotipo, del nombre de su autor.

La invención es enteramente nueva, y la asombrosa exactitud de la semejanza puede solo concebirse por los que han presenciado sus resultados. Por la belleza y delicadeza de la delineación, y por la fuerza y viveza de expresión en todas las facciones, nada puede compararse con el daguerrotipo. No siendo la mano del hombre que hace el retrato, sino que se delinea por el *medium* sutil de la luz, es una imagen ópticamente perfecta que se imprime en la superficie de plata, propiamente preparada para recibirla. Por cuyo motivo se garantiza en todo caso la semejanza.

La sala estará abierta desde las ocho de la mañana del 7 del corriente hasta las tres de la tarde, en casa de la señora doña Melchora Hernández, calle de San Francisco, donde podrán verse las muestras. (Rodríguez, 80)

2. Lazos de afecto y redes de sociabilidad

Un aviso en el periódico, de Santiago M. Kokernot [julio 24 de 1857], enfatiza, Se sacan retratos de todos los tamaños y tan pequeños que pueden servir para colocarlos en los medallones, sortijas y prendedores, de un gusto tan peculiar y tan elegante que rivalizan con las más bellas y delicadas miniaturas. (Rodríguez, 85)

Fehrenber, para 1863, cuenta ya con una galería de retratos de gran pompa en la calle de Doctor Mier número 94, realiza una gran cantidad

de paisajes sobre la ciudad de Monterrey y tarjetas de visita que para entonces comienzan a estar de moda. (Rodríguez, 90)

La industria [de la fotografía] conquistó por primera vez terreno, con las tarjetas de visita con retrato, cuyo primer productor, se hizo millonario. (Benjamin, 1989: 64)

Visibilidad y ostentación

1. Deseo e identidad

La sociedad de Monterrey es una de las más alegres y dispuestas a divertirse. No los aherroja ese sentimiento levítico y triste que hace de las ciudades de provincia conventos lóbregos desde que suena en la iglesia el toque de la oración. (El Mundo, 1 de enero, 1899, en Rodríguez, 96)

Los domingos una literal caravana de carruajes importados finamente adosados se encaminaban a la iglesia por el centro de la ciudad. Los Landaus eran los favoritos, a veces conducidos por cocheros al estilo inglés: sacos rojos, guantes blancos, botas negras y tricornos negros emplumados. Junto a los carruajes con pasajeros femeninos, los hombres montaban magníficos caballos pura sangre y daban vueltas de la plaza Zaragoza a la Alameda y luego por la avenida Progreso. Más tarde los autos, en vez de los carruajes, continuaron con esta práctica, mientras que la sociedad poco favorecida se alineaba por las calles para ver pasar los vehículos de los ricos, desde y hacia el barrio exclusivo de la ciudad, la colonia Obispedo. (Saragoza, 112)

De acuerdo con un periódico local [*La Voz de Nuevo León*], el 25 de febrero de 1895 hubo un baile de máscaras en el Casino Monterrey. Los socios llegaron en fastuosos carruajes con chofer, vistiendo varios disfraces. Entraron en el salón de baile vistosamente decorado ante la admiración y ocasionales aplausos de la multitud que rodeaba la entrada con la esperanza de echar un vistazo a los ropajes que vestían los ricos en lo que se perdían dentro de los confines del casino. En cierto sentido, la gente que esperaba afuera simbolizaba a la clase media ansiosa por ser parte de la alta. (Saragoza, 116)

2. Modernización de la mirada

Las fuentes locales de información estaban llenas de la vida social de los riomontanos adinerados, jóvenes y viejos, hombres y mujeres.

Las carreras de bicicletas patrocinadas por Terpsícore, las de caballos en el hipódromo, juegos de beisbol entre Fundidora y Cervecería, exhibiciones de autos que mostraban en el quiosco de la plaza Zaragoza, óperas en el casino, anuncios de tertulias e historias similares aparecían incesantemente en los periódicos locales. (Saragoza, 111)

[En la época posrevolucionaria] otras prácticas y rutinas evolucionaban, acompañados por los vientos de cambio: automóviles, radios y fonógrafos remplazaron carruajes, conciertos de las bandas militares en el quiosco y caminatas dominicales. [El periódico] *El Porvenir* se convirtió en vocero de la visión de la burguesía y proveyó una constante fuente de visibilidad para los pensamientos y la vida diaria de la clase alta. Las estaciones de radio, las salas de cine y la moda agregaron medios para enfatizar la exclusividad de la élite en la mente y los ojos de los habitantes de la ciudad. (Saragoza, 186)

Los periódicos relataban las reuniones, sus visitantes, banquetes, discursos y actividades, incluyendo numerosas fotografías en diversas ocasiones. (Saragoza, 190)

Para los años treinta, la atracción hacia los Estados Unidos había motivado a cada vez más familias adineradas de Monterrey a enviar a sus hijas e hijos a escuelas y universidades del norte (casualmente religiosas, sobre todo católicas). Las fiestas de despedida para las hijas de la élite abarrotaron las páginas sociales de los periódicos cada septiembre y enero, cuando regresaban a sus escuelas en los Estados Unidos después de verano y Navidad. Los suplementos dominicales de los periódicos mostraban fotografías de las jóvenes adineradas en sus mejores vestidos comprados en los Estados Unidos o, a veces, en Europa. (Saragoza, 195-196)

3. Apariencia como ascenso

Aquellos ansiosos por trepar la proverbial escalera social (sobre todo hombres) se asentaron en la ciudad y compitieron por los empleos más lucrativos, los clientes más adinerados e incluso los matrimonios más provechosos.

Las pretensiones de alcanzar un mejor nivel entre la clase media, sugería la esperanza de dar una impresión favorable y propicia a los potenciales patrones, posibles clientes o a las solteras codiciadas. Esto impulsaba a una buena parte de la clase media a vivir más allá de sus posibilidades, pese al desdén de los regiomontanos adinerados. Un periódico de la época [*La Voz de Nuevo León*] se lamentó: "en general todos los que se

visten elegante y excesivamente, son admitidos en cualquier reunión, aunque sean estúpidos y mentecatos". (Saragoza, 117)

Esas casas comerciales [en los primeros años de los treinta] fueron verdaderas escuelas para muchos hombres de negocios regiomontanos, aprendieron a trabajar y conocieron desde dentro todos los componentes y dinámicas de los negocios. De las personas que trabajaron en estos comercios, a pesar de las "friegas" que les acomodaron, hablan bien de ellos y sin resentimientos, más bien con nostalgia. Uno de ellos me dijo, "de los 50 pesos que me ganaba, ahorraaba cinco, ayudaba a mi casa, me divertía y compraba un traje de vez en cuando". (Zapata, 27)

ii. Una mirada otra

El estudio fotográfico como espacio de ilusión e intimidad

Esa anchurosa ribera que es la avenida Francisco I. Madero, donde la población obrera pone con sus yompas azules la nota alegre y optimista del nuevo tiempo.

Raúl Rangel Frías

En la fotografía se evidencian arreglos sociales hegemónicos.

En el *corpus* fotográfico de Alberto Flores Varela se puede apreciar la relación entre esta conformación y modernización de la ciudad en la primera mitad del siglo XX, y los esfuerzos por definir contra este constructo hegemónico, los rasgos de los individuos que la habitan.

Walter Benjamin, para finales del siglo XIX, diferenciaba el espacio de trabajo –público– y el espacio privado, como característica de la conformación del perfil de la ciudad moderna

"El ámbito en que vive se contrapone, por primera vez para el hombre privado, al lugar de trabajo. El primero se constituye en el interior. La oficina es su complemento. El hombre privado, realista en la oficina, exige del interior que le mantenga en sus ilusiones." (1972: 182)

Lo que marca Benjamin para la clase burguesa, revierte su función en la clase trabajadora –que le es difícil apropiarse de un espacio privado. Si bien se les sigue exigiendo que su trabajo –la planta, la fábrica– sea su espacio realista; a falta de un interior, de un espacio privado, su espacio de ilusión se convierte en la calle, ese espacio fuera del trabajo, de la visión de la realidad –pública– que les permite mantener el deseo.

En las fotografías de Flores Varela encontramos la evidenciación de ese contraste. Por un lado, están las fotografías encargadas por las empresas en la que los empleados aparecen de rostros anónimos, vueltos masa, en esas tomas grupales de las fiestas de los obreros de cervcería Cuauhtémoc y Vidrio Plano. El "realismo" que se le pide a los trabajadores, en el espacio de su trabajo, es interesado.

Las fotos encargadas por los corporativos a Flores Varela, muestran a sus empleados realizando su función productiva a favor de la empresa o se

muestran disfrutando de un beneficio o prestación (una celebración, fiesta o práctica deportiva) que les ofrecía la empresa como una estrategia de paternalismo. Ese era su acceso a la "realidad".

Pero esta mirada dominante borra su particularidad, los masifica al ponerlos dentro de una red de relaciones que anulan, alienan a su identidad por su adscripción a su clase y a su función dentro de la empresa.

Por otro lado, en los retratos que tomó en su estudio a lo largo de varias décadas se evidencia que, ante la carencia de un espacio privado, del que sí goza la burguesía, es en el estudio fotográfico donde las clases trabajadoras se individualizan.

Es en ese espacio donde encuentran esa intimidad en la que, ya no guiados por la directiva y orden de la empresa, ya no dentro del espacio de trabajo; sino por propia voluntad, es donde se manifiesta esa contradicción de quienes tienen tanta dificultad para definir su vida privada que, como alternativa, la trazan en espacios públicos como el parque, el cine, la plaza y, la simbolizan en un estudio fotográfico.

Las fotografías de estudio de Flores Varela parecen evidenciar la tensión entre la naturalización en lo urbano de los empleados y trabajadores y su construcción de subjetividad en ese espacio privado, sucedáneo, del estudio fotográfico.

(Des)centrar lo excéntrico

¿Cómo la transformación en el trazo de la ciudad impacta al individuo y su conformación como sujeto?

El estudio fotográfico de Flores Varela funciona en el centro de la ciudad como la aguja de un tocadiscos, pero como si el motor rotara al revés: al permanecer estático, estable, siempre en la calle Madero –mientras la ciudad crece y se dinamiza a partir del centro– este movimiento se vuelve sensible a los cambios mínimos de la sociedad que "crece" excéntrica, a su alrededor, del centro hacia las periferias –tanto privilegiadas como proletarias– de la ciudad.

Según lo plantea Roberto García Ortega, entre 1940 y 1970, el crecimiento poblacional de la zona metropolitana de Monterrey es de 212,353 a 1,266,071 habitantes. Esto es, en 30 años crece más del 500%. El efecto es "una creciente concentración de las actividades económicas y

habitacionales de los estratos medios bajos y bajos en las áreas centrales, paulatinamente abandonados por la élite, como el caso de las avenidas Madero y Pino Suárez y las zonas que las rodean, que habían empezado a degradarse físicamente y a 'popularizarse.'" (41)

En este registro sensible del cambio social se hacen presentes dos caras del mismo fenómeno. En el centro de la ciudad, en las cercanías a su estudio, empiezan a establecerse negocios dedicados al espectáculo nocturno. Cabarets y prostibulos que, desde mediados del siglo XX surgen acompañando al crecimiento urbano y como un complemento del desarrollo industrial, esa otra industria paralela que permite evadir o equilibrar el enajenamiento que produce el trabajo.

Y nuevamente, en la serie de retratos, los rostros individuales de las trabajadoras que dan vida a la industria urbana del entretenimiento, surgen a la luz como un intento de recuperar su identidad, de liberarse de ese halo que, alrededor de ellas, impone una sociedad basada en el espectáculo, la experiencia y el alcohol.

Identidad y control

La ciudad es un tejido de relaciones sociales, económicas, que cada individuo capitaliza en el reconocimiento de su rostro.

Herederas de las tarjetas de visita con fotografía del siglo XIX y como parte de la evolución del retrato en su capacidad de establecer redes de valoración económica –a través de la visibilidad del rostro, de la individualidad y su posición en la red de sociabilidad– los retratos de estudio, permiten tener presencia –por estatus o por reconocimiento profesional– en esa naciente sociedad que se define por sus lazos económicos.

Una manifestación de esa importancia socioeconómica de la foto de estudio se aprecia en la costumbre (que prevalece hasta nuestros días) de colgar en el despacho de los profesionistas –médicos, abogados, psicólogos o cualquiera que quiera capitalizarse, prestigiarse– sus títulos profesionales.

Esta función de la fotografía de certificar la identidad vía una institución educativa, un certificado de identidad (pasaporte, ID o cualquier modalidad que el Estado determine), establece una función de control en

el preciso acto o momento en que es fijada la particularidad y singularidad de cada persona, de cada rostro.

En este sentido, los estudios fotográficos han jugado un papel central de control desde el gobierno o cualquier otra instancia de poder que pide "identificación con fotografía". El estudio colabora con la institución al producir las fotos para documentos de identidad y reproducir un sistema intrusivo hacia el sujeto.

Las fotografías del archivo Flores Varela dadas a conocer en el proyecto *Esplendor del retrato en estudio* (2014), parecen someterse a otra estrategia de retrato que, además de las tomas que las personas le pedían para cumplir algún requisito institucional, el fotógrafo aprovechaba la visita para hacerles un estudio. Variaba poses, luces, perfiles, hasta tratar de encontrar cierta toma. En este estudio –en esta distracción o ignorancia de la función de control de la foto de identidad– la foto genérica, de identidad y control que demanda la institución, se resquebraja a través del retrato.

Arreglo social como punto ciego

Los retratos de Flores Varela nos hacen experimentar este cambio en el foco de la mirada. Dentro de su propio trabajo, desde la mirada de la empresa que vuelve a los retratados el rostro del empleado genérico, dentro de esa mirada social que invisibiliza a las empleadas del espectáculo, dentro de esa variada visión que nos da de una misma persona o del mismo modelo desde diferentes variantes sociales, Flores Varela busca recuperar cierta individualidad en los sujetos del retrato, los arroja por su propio contexto, en su pertenencia a la clase, por sus relaciones familiares.

En los retratos de estudio de Flores Varela son ellos, los transeúntes anónimos de la zona centro, descentrada, los que nos ven. Y ese activamiento de su mirada nos hace conscientes de que la nuestra, esa mirada dominante, naturalizada, masificadora, exotizante, hace que ignoremos, tengamos un punto ciego sobre la conformación de Monterrey y sobre sus habitantes.

iii. Ciudad, imagen del deseo

En la plaza se cultivan relaciones

Estaba la Quinta Calderón como antaño en domingo, pletórica de jóvenes, horteras, estudiantes, obreros, costureritas, todos limpios y en su mejor traje, se paseaban bajo los árboles, bailaban, bebían cerveza, comían nieve o frutas. Había unos caballitos siberianos, enanos, para pasear a los niños; había columpios; en una palabra: un bello lugar de recreo para grandes y chicos. (Encarnación Brondo Whitt: 1937, en Rangel, 131)

Al aumentar la población y multiplicarse los "tempranillos" [adolescentes], la plaza Zaragoza ha resultado insuficiente a contener su disposición premiosa a cumplir el rito de sus serenatas. Las autoridades han pensado entonces en ampliar la plaza Zaragoza, porque en realidad, su única alternativa estriba en reducir la natalidad, por mucho que también dispusiera del camino intermedio de dejar que muriera, por congestión, la costumbre de la serenata de la plaza Zaragoza.

Frente a la incuria en que se mantienen los jardines públicos, una vez hermosos, de Monterrey –incuria de la que ciertamente no tienen la culpa sus puntuales contribuyentes, sino sus voraces ayuntamientos, uno de los cuales llegó a contar con sesenta jardineros en sus nóminas, y únicamente a veinte con la escoba o la manguera en la mano–, es confortante ver que ya se haya publicado la convocatoria para el concurso de proyecto de ampliación de una plaza Zaragoza, cuya vida y cuya promesa está más en sus botones humanos que en su descuidada vegetación. (Novo: 1943, en Rangel, 153-154)

En la plaza principal, miles de muchachas casaderas paseaban el domingo en la noche, y sus ojos parecían invitaciones al lecho, y les hablábamos, y las llevábamos a las calles oscuras, y nos perturbaba el secreto de su virginidad. (Georges Londeix, *La disgrâce*, 1964, en Rangel, 220)

Los regiomontanos somos extrovertidos, alegres y agorafílicos. La vida social principalmente se hacía en la calle; la plaza Zaragoza era en los sesenta [un] paseo popular; la clase media y alta iba a la plaza de la Purísima, luego al "Drive Inn Los Pinos" para dar la vuelta en carro y ver a gente "conocida", misma que iba en tropel al Sanborns de Morelos los domingos por la tarde. (Zapata, 87)

Íbamos a tomar café a un snack al pie de una iglesia de concreto [la Purísima], cuyos ángulos estilizados de la fachada danzaban los aires de la moda. ¡Dios, era moderna tu iglesia con su cruz luminosa suspendida en la noche, en el cielo, y su torre emergiendo del suelo, sola y desnuda, y su nave como un hall de aeródromo, el domingo en la misa de doce! (Georges Londeix, *La disgrâce*, 1964, en Rangel, 221)

A fines de esa década [los sesenta] empiezan a generarse algunos cambios. En el baile del Centenario del Casino se presentan las primeras extravagancias. Los jóvenes "conocidos" dejan en masa la plaza de La Purísima, empezando un eterno peregrinaje para no mezclarse socialmente. Primero fueron Las Pizzas, luego el Kiosco, el Centrito y actualmente [a inicio de los noventa] en la calle Roberto Garza Sada, sustitutos poco auténticos de una plaza regiomontana. (Zapata, 89)

Descentramiento y privatización de las relaciones sociales

A mediados de los ochenta, los moles suplantaron al centro como una primera oleada de desarrollo suburbano.

Paralelo al fenómeno de ordenamiento del espacio público de la Macroplaza, a inicio de los ochenta, el desarrollo de la ciudad se une al desarrollo de plazas comerciales que busca la autonomía de las zonas periféricas de Monterrey (Mol del Valle, Galerías Monterrey; Plaza San Pedro; Plaza Fiesta San Agustín...) y genera un desplazamiento del territorio público al privado como espacio de las relaciones sociales.

Esto favorece el traslado del espacio de convivencia de la plaza pública a la plaza comercial, apoyado por dos dispositivos que facilitan los tránsitos: las escaleras eléctricas y el aire acondicionado, dice Hal Foster, "el nexo entre la escalera mecánica y el aire acondicionado ayudó a llenar los suburbios de comercios, por así decir, y a hacer a éstos semiautónomos." (55).

Las plazas comerciales enfatizan la relación económica ya que contribuyen al desarrollo de la ciudad y también a la transición de los ciudadanos en consumidores.

A la par de la transformación en las formas de producción de los corporativos de la ciudad, de su terciarización, las relaciones sociales se impregnan de esta relación de capital, como lo menciona Michael Hardt

"La producción se ha convertido en un proceso comunicativo, afectivo y desinstrumentalizado y ha sido "elevado" a la categoría de relaciones humanas, pero, por supuesto, relaciones humanas que se desarrollan dentro del capital y están dominadas por éste. En la producción y reproducción de afectos, dentro de aquellas redes de cultura y comunicación, se producen las subjetividades colectivas dando lugar a lo social, incluso si ambas pueden ser directamente explotadas por el capital."

La ciudad como imagen

La arquitectura es, cada vez más, información desmaterializada y, cada vez menos, sólida estructura tipológica.

Josep Maria Montaner

El proyecto de la Macroplaza se caracteriza por el cambio de la intención de la obra pública, de estar encaminada al mejor funcionamiento de la vida pública (Carta de Atenas), a cierta tendencia a la privatización del desarrollo urbano, "el objetivo de la obra pública era proyectar la 'imagen de progreso' con impacto político, no siempre social, amén de ser frecuentemente el medio para la realización de negocios ventajosos entre algunas autoridades y ciertos empresarios de la industria de la construcción." (García Ortega, 63).

En el contexto de la más marcada crisis económica, el gobierno estatal emprende un programa de inversión en la regeneración urbana y reactivación económica. Este es el primer paso de un proyecto urbano en el que, paralelo al rescate de la planta productiva de la localidad por parte del estado federal, se prepara el terreno para la inserción de la ciudad en los mercados globales en base a la terciarización de la economía, lo que produce una "terciarización" de la arquitectura "eliminando funciones comerciales y de servicios 'no gratos' o de bajo nivel, así como áreas habitacionales populares decadentes, dichos grupos buscaron concretar en las zonas recuperadas funciones económicas terciarias, administrativas, comerciales, de servicio, turísticas culturales y recreativas, de mejor imagen y más alto nivel." (García Ortega, 61)

Si bien el espíritu aparente de la Macroplaza es generar un espacio de convivencia pública en el cual se ligan, por mediación de una plaza, los

poderes públicos, el Palacio de Gobierno y el Municipal y el edificio de Palacio Legislativo, construido como parte del proyecto; y un espacio de convivencia pública, el Teatro de la Ciudad (ambos edificios del arquitecto Óscar Bulnes), ya fincado en el corazón mismo de la plaza se instituye la primera manifestación de esta arquitectura insignia que relaciona la imagen y el capital con un "monumento privado": el Faro del Comercio (1984) diseñado por Luis Barragán y Raúl Ferrara.

Por otro lado, los edificios corporativos construidos en estos años no competían con el perfil urbano debido a que, por seguridad, se construían alejados de las calles, fuertemente cubiertos por muros y rodeados de amplias áreas verdes. Característicos son los edificios corporativos de ALFA o VITRO, construidos en San Pedro Garza García. Por esta razón la arquitectura insignia de los ochenta y noventa en Monterrey no es la corporativa, sino la relacionada con la educación y la cultura, cara pública y de beneficio social de los corporativos que la patrocinan.

Desde el cilindro inclinado del Centro Cultural ALFA de los arquitectos: Fernando Garza Treviño, Samuel Weiffberg y Efraín Alemán Cuello (1978); las torres inclinadas y contrapuestas del Centro de Tecnología Avanzada del Tec de Monterrey, de Óscar Bulnes (1989); los museos de la Macroplaza: Museo de Arte Contemporáneo de Ricardo Legorreta (1991) y el Museo de Historia Mexicana de Óscar Bulnes y Augusto Álvarez (1994); y la Biblioteca Magna, Raúl Rangel Frías de la UANL, de Ricardo Legorreta (1995) estos edificios fincan el perfil intermedio de un proceso de desarrollo material y uno de informatización, bursatilización, de la ciudad ante la tendencia globalizadora.

Hal Foster, subraya la centralidad de la arquitectura en el discurso cultural que, aprovechando la importancia del diseño en esta sociedad postfordista, conjunta la imagen y el capital, con la intención de vender a gobiernos y corporativos a través de edificios espectaculares que "circularán como un logotipo por los medios de comunicación" (28). La arquitectura, de este modo, se convierte "en una valla publicitaria en 3-D." (32), lo que da lugar a edificios como insignias del capital.

Desmaterialización y espacios públicos

A finales del 2005 se inauguró en Monterrey el proyecto del arquitecto Javier Sordo Madaleno en la plaza comercial Paseo de San Pedro.

El edificio que alberga el centro comercial y tienda departamental *Palacio de Hierro* tiene una fachada de vidrio esmerilado, cada panel levanta más de 20 metros de altura y 115 metros de largo y cuenta con luminarios de LEDS22 montados en la cara interior de los paneles.

Las salidas de luz están dirigidas desde arriba y proyectan un baño lumínico uniforme, logrando una mezcla de color muy precisa sobre el concreto blanco de los muros, dando un efecto de brillo sobre los paneles de vidrio.

Esta estética en la que la fachada parece una pantalla susceptible a sistemas de información que cambia de color permanentemente, Josep María Montaner la ubica como una forma de desmaterializar la arquitectura dado que "lo esencial no es la creación material del espacio, sino la configuración de un cobijo bien climatizado, la creación de un entorno servido de energía e información." (230).

En este espacio coexisten tres niveles de desmaterialización: la desmaterialización del sitio de la arquitectura, la debida a la disolución de la vida pública hacia las relaciones sociales en un espacio privado, y las que el propio espacio comercial establece al conformar las subjetividades de los grupos sociales a través del consumo y la creación de una imagen dado que estas plazas comerciales se usan para ver y ser vistos.

Valor y posibilidad de circulación de la arquitectura

La inserción de los corporativos regiomontanos a los mercados globales, en el contexto del Tratado de Libre Comercio para América del Norte (TLCAN), subraya esta conversión del capital en imagen. Tal vez el ejemplo más evidente es el museo MARCO, que no sólo provee con su edificio una imagen para que la ciudad cobre visibilidad en el ámbito de este tratado, sino que produce también una estrategia económica para posicionar a Monterrey a través de la cultura, dentro de los negocios internacionales que se catapultarían a través de la alianza comercial con Estados Unidos.

Su exposición inaugural, en 1991, está remitida al ámbito americano: *Mito y Magia en América: los ochenta*, además fue una de las únicas dos sedes en México de la exposición *México: Esplendores de 30 siglos* (1992), exposición organizada por el gobierno mexicano para vender la imagen de México como un país de larga tradición cultural con el que valía la

pena hacer negocios y, de esta forma, que el congreso de Estados Unidos aprobara la firma del Tratado de Libre Comercio (TLCAN).

Pero no es sino hasta los primeros años del 2000 que el perfil urbano de Monterrey más que en el sitio, se define en la desmaterialización de los medios de comunicación y en la red global de información, tendencia que va a la par de su captación de inversiones y que, como aclara Saskia Sassen, es una característica de las ciudades globales

"Hoy en día hay muchas imbricaciones entre el aparato económico formal y las industrias del turismo y el ocio por un lado, y por otro lado, el diseño como actividad formal, así como la informalidad creativa, es un factor muy importante en ciudades tan diversas como Berlín, Londres o Buenos Aires."

Ahora sabemos que el diseño es algo que agrega muchísimo valor a un número creciente de productos en venta en los mercados del capitalismo post-industrial. (en Sotomayor y Manito).

Ejemplos paradigmáticos en Monterrey de esta tendencia son el Museo del Horno³, las Torres Saqqara de Foster + Partners y *La Puerta de la Creación* del arquitecto japonés Tadao Ando en la Universidad de Monterrey.

Cada uno de ellos enfatiza ideológicamente los pilares del desarrollo económico de Monterrey: la reconversión de lo industrial a los servicios por medio de la arqueología de la arquitectura industrial en el Horno³; la economía basada en la reconversión inmobiliaria de las Torres Saqqara y la apuesta de los corporativos hacia la educación y la cultura como vías de desarrollo económico del Centro Roberto Garza Sada de Arte y Diseño de la UDEM.

Estos proyectos tienen otra forma de capitalizarse, antes siquiera de tener presencia material en el sitio.

Además de proyectos urbanos o arquitectónicos, son proyectos informáticos. Empiezan a circular en imágenes, como *renders*, por las revistas de arquitectura por su aportación al diseño y la relevancia de sus autores; en las publicaciones de economía como parte del proyecto de desarrollo que representan para la ciudad; y como ejemplo de diseño urbano por su aportación a la regeneración de la ciudad donde se dan. De esta forma comienzan a generar capital y a atraer inversiones.

Esta virtualización o renderización, más que entenderse bajo el concepto de simulacro implica el que la arquitectura se desmaterializa, se desterritorializa al moverse por los mismos canales informáticos, inmateriales, globales, por los que se mueven los capitales financieros.

El fenómeno de esta arquitectura desmaterializada, de esta arquitectura "terciarizada", es su difusión a través de los premios internacionales a los que se va haciendo acreedor, incluso antes de su terminación material. El Museo del Horno³, desde su origen tenía ese efecto mediático relacionado a los concursos.

Para la restauración del horno más grande de Latinoamérica y su conversión a museo de sitio fueron convocados a un concurso internacional, por invitación, 12 de los principales despachos de arquitectura del mundo, siendo el ganador el arquitecto británico Nicholas Grimshaw. El prestigiado despacho canadiense *AldrichPears Associates* se encargó de la museografía y el guion temático, liderando a un grupo de empresas internacionales para el desarrollo de las 150 exhibiciones interactivas permanentes con que cuenta este museo.

Para 2010, a tres años de su apertura, el Museo del Horno³ ya contaba con los reconocimientos de las siguientes instituciones internacionales: *American Society of Landscape Architects*; XVI Bial Panamericana de Arquitectura de Quito; XVII Premio de Obras CEMEX; Monumento Artístico Nacional del INBA; Obra del Año del Grupo Expansión; Diseño del Año por el Premio Quórum; *Ilumination Design Award* por el show de luces del Horno.³⁰

Incluso el mismo sitio del museo recurre a una serie de revistas donde se destaca por su diseño o arquitectura: *Arquitectural Record*; *C3 Magazine*; *Space Magazine*; *Association for Iron and Steel Technology*; Casas y Gente, por nombrar algunas.

Una dinámica que contribuye a esta desmaterialización del fenómeno arquitectónico, es el acompañamiento de estrategias culturales para posicionar el proyecto. La exposición de Foster + Partners en MARCO de Monterrey (septiembre 2010-enero 2011) que antecedió el anuncio, en agosto de 2011, del proyecto en Valle del Campestre de las Torres

³⁰ Página web Horno 3. Museo del Acero, consultado el 14 de abril de 2021 en el sitio de internet: <http://100.imperdiblesmexico.discoveryquestmexico.com.mx/?nominados=museo-del-ace-ro-horno-3>

Saqqara, es una forma de generar la plusvalía simbólica para proyectos arquitectónicos. El mismo mecanismo se instrumentó con el proyecto de la Torre Fundadores de Enrique Norten y la exposición en la que ya se incluían las maquetas y los *renders* de este proyecto, entre julio y octubre del 2008. Desgraciadamente la crisis financiera de ese mismo año provocó que la torre nunca se construyera.

El mismo fenómeno de plusvalía simbólica se dio con *La Puerta de la Creación* de Tadao Ando que, para diciembre de 2008, presentaba la maqueta y dibujos de proyecto en la Galería MA de Tokio.

El paso de los medios especializados en arquitectura a los económicos parece natural y prueba la eficacia productiva de este proceso. Es evidente que el flujo informático pasa a ser flujo económico o de capital cuando, en el contexto de un espacio público, se enfatiza el aspecto económico. Es decir, cuando en el caso del Museo del Horno3 la simple noticia de la existencia del museo se hace pública en un contexto económico como la publicación CNN-Expansión.³¹

Ahí la relación entre el emplazamiento arquitectónico y las instituciones editoriales internacionales, implica una posible retribución para los inversores de la localidad. En *La Puerta de la Creación*, el anuncio de la asignación del proyecto constructivo en la red *Bussines wire*, se vuelve una noticia económica pues implica el flujo de 34.5 mdd en ambos sentidos: de un despacho arquitectónico de prestigio internacional hacia la ciudad de Monterrey y de un grupo de inversores de la ciudad que fue capaz de atraer la atención de este despacho para lograr visibilidad internacional.

De este modo, el camino que sigue la arquitectura entre la construcción de un perfil urbano territorializado de la Macroplaza hasta la virtualización de proyectos arquitectónicos como el MARCO, el Horno3 o *La Puerta de la Creación*, va acompañado de la desmaterialización y desterritorialización de la economía de los corporativos de Monterrey.

³¹ "Museo del Acero. Renacer de un Gigante", *Expansión*, consultado el 17 de octubre de 2007 en el sitio de internet: <https://expansion.mx/obras/museo-del-acero-renacer-de-un-gigante>

iv. Desplazamiento y subjetividad

La mirada pública en los medios

La producción de subjetividad que se da en lo social a través del capital, del consumo en la plaza comercial, se desmaterializa al transformarse en imagen a través de los medios.

Como una etapa más de la convivencia social, igual que los encuentros comunitarios pasan del espacio público al privado en las plazas comerciales, se da un traslado de la función de las páginas de sociales de los periódicos locales (particularmente en El Norte): de ser espacios públicos de distinción, estilo de vida y eventos, pasan a ser espacios comerciales.

Los suplementos sociales logran su autonomía del cuerpo del periódico gracias a que ellos representan un atractivo particular para anunciantes y una alta rentabilidad para el periódico, pues están dirigidos a un grupo con alto nivel adquisitivo que basa en el consumo su distinción.

El primer suplemento social, el Sierra Madre del periódico El Norte, inició en 1975 con la tendencia de distinguir a un grupo social de los demás, tanto por su nivel de ingreso como por su relación territorial, pues estaba dedicado a la reseña social sólo de un sector residencial de la ciudad: Garza García, el municipio más rico de Latinoamérica.

Esta distinción, esta discriminación, era tan tajante que provocó, más que el rechazo, el deseo. Aunque sólo reseñaba a un sector de la sociedad, este suplemento era buscado y visto por todos los suscriptores del periódico.

Pero tan pronto se descubre el potencial comercial de estos suplementos, el modelo se reproduce y expande poco a poco hacia otras zonas de la ciudad de clase alta y media alta (La Silla para el sector Contry, Anáhuac para San Nicolás, Cumbres para el sector Cumbres, Linda Vista, para el sector Guadalupe).

En 1991 un diario del sur de Texas, en un artículo que retrataba el estilo de vida en este municipio, no sin ironía, decía:

"Del Valle's conspicuous consumers record their lives in a neighborhood press that is unrivaled in the field of society reporting. It is Sierra Madre, a rotogravure

section published as a suburban supplement to the Monterrey daily El Norte. The thrice-weekly tabloid section averages more than 1,200 pages a month of weddings, anniversaries, quinceañeras, and "baby showers"—the English phrase is always used—and also serves as a guide to services that you can't buy in the States, such as home delivery of hamburgers. If the son or daughter of a San Pedro magnate sets up a lemonade stand in the summertime, you'll see and read about it in Sierra Madre, where the kid's infant baptism was undoubtedly also chronicled in picture and story.³²

Esta comercialización de los suplementos sociales, al mismo tiempo que desmaterializa/desterritorializa las relaciones sociales, rompe la antigua función de distinción social de las páginas sociales, pues su consumo tiene una función más horizontal, más amplia.

Esta tendencia hacia ampliar, en vez de distinguir los sectores sociales más como diversificación de mercado, se ve en los últimos veinticinco años, pues lo que era un solo suplemento, se vuelve una opción zonificada y de acuerdo a diferentes grupos de edad.

En la primera década del 2000, surgen las versiones: joven, *teen* y junior enfocadas a jóvenes, adolescentes y niños respectivamente.

Además, con las versiones enfocadas a las universidades (Club Tec y Club Uni), se rompe la segmentación de las zonas residenciales y de grupo de edad para abarcar sectores de jóvenes más amplios sólo distinguidos por el hecho de ser estudiantes.

En el auge de los suplementos sociales este periódico llegó a editar semanalmente trece.

Este cambio implica una rearticulación en el proceso identitario: de buscar su identidad en el arraigo a una relación comunitaria (la pertenencia a una clase) y territorializada (mi barrio, mi colonia), a buscarla en un espacio desterritorializado (el suplemento, la nueva esfera pública mediática) para reafirmar su apego, arraigo a un grupo social más amplio y global.

García Canclini apunta, "el sentido cultural de una sociedad se organiza cada vez menos en las novelas que en las telenovelas, no tanto en las universidades como en la publicidad. Y los políticos, que en otro tiempo decían tener una respuesta acerca de para qué vale la pena estar juntos,

³² Reavis, Dick. "Down in Del Valle". *Texas Monthly*, consultado el 14 de abril de 2021 en el sitio: <https://www.texasmonthly.com/travel/down-in-del-valle/>

han dejado que esas cuestiones sean respondidas por los creativos publicitarios y los inversores." (2004: 172)

A la fecha, el periódico El Norte cuenta con siete distintos suplementos sociales que edita semanalmente: cinco los viernes que corresponden a distintas zonas, dirigidos a la población adulta; los jueves, dedicado al estilo de vida de la zona de Garza García, GP (Gustos y Placeres) y uno los domingos, *Red Carpet*, destacando lo mejor de los eventos de la semana. Además edita trimestralmente dos ediciones de *Podium*, suplemento social para el área de negocios.

En los suplementos sociales al igual que en las plazas comerciales, se funden y confunden las relaciones sociales y económicas.

Primero porque el número de páginas (entre 60 y 120 dependiendo de la popularidad del suplemento) dedicadas a los eventos sociales reseñados (bodas, despedidas de soltera, reuniones de amigos, inauguraciones de exposiciones, conciertos o actos de beneficencia) y las dedicadas a publicidad son similares.

Además, los eventos reseñados frecuentemente coinciden con los lugares o eventos publicitados (reuniones en restaurantes, en conciertos o en escuelas que se publicitan en las mismas páginas), y los bienes y servicios publicitados en sus páginas, son regularmente consumidos y mostrados por aquellas personas que aparecen en estos suplementos (coches, joyería, desarrollos inmobiliarios, casas de decoración, tiendas de accesorios).

Diseño de juventud

En la esfera pública de los suplementos sociales se evidencia la globalización del diseño estético en el momento en el que testificamos la homogeneización, no sólo en esa superficie que es la moda en la vestimenta, los accesorios y los cortes de cabello, sino que se da una homogeneización más profunda cuando se trata de la debida a la cirugía plástica reproduciendo los cuerpos y los rostros sin importar las distinciones sociales, como lo comenta Hal Foster

"el diseño es cómplice de un circuito casi perfecto de producción y consumo [...] abarca muchas empresas diferentes (desde Martha Stewart hasta Microsoft) y penetra en varios grupos sociales. Pues hoy en día uno no necesita ser asquerosamente rico para ser proyectado no sólo como

diseñador sino como diseñado, sea el producto en cuestión la casa de uno o su negocio, sus mejillas caídas (cirugía estética) o su personalidad retraída (drogas de diseño), su memoria histórica (museos de diseño) o su futuro ADN (niños de diseño)." (18)

Los suplementos sociales conjuntan la transacción comercial, el consumo, el diseño, la imagen de los medios, de modo que se convierten en las nuevas formas de interacción social y no sólo en sus plataformas, sino que estas formas "terciarizadas" de la conformación de sociedad tienen su correlato en las redes de información.

Las relaciones sociales son convertidas en retratos dentro de los suplementos sociales, y es en esta enajenada representación donde se forman los sujetos sociales.

¿Desarticulación de las subjetividades?

Los ideales modernos de democratizar el acceso a los bienes y servicios, universalizar los derechos y construir formas racionales de convivencia en un espacio público regulado según intereses de las mayorías, se diluyen en ciudades desarticuladas y cada vez más inseguras.

Néstor García Canclini

La desarticulación de los constructos sociales que enarbola la modernidad se evidencia cuando, entre la imagen de la juventud creada por los suplementos sociales (jóvenes diseñados de acuerdo a una tendencia global) y las páginas de denuncia (Primera plana, Local, Seguridad Pública), hay líneas de contacto, porosidades que evidencian las consecuencias del modelo de desarrollo del capital.

En los primeros años del siglo XXI, el modelo de subjetividad basado en la imagen-consumo-diseño-suplemento social ha presentado grietas, manifestaciones críticas: los crímenes regularmente asociados a las clases bajas, ahora son cometidos por estos jóvenes de la clase media alta, estudiantes, de imagen globalizada, viviendo en zonas residenciales.

Aunque pudieran ser considerados "la excepción que confirma la regla", estos casos se convierten en el paradigma que evidencia el fracaso del proyecto de subjetivación que conlleva este establecer las relaciones sociales en espacios de capital.

Los asesinatos cometidos por Diego Santoy Riverol y Julio Castrillón Escobar, o el secuestro perpetrado por la estudiante de la UDEM, Myrna Judith Zainos, generan un efecto mediático (capitalización voraz de los medios en ratings asociados al escándalo, respuesta masificada de otros jóvenes al declararse fans o la justificación general de ubicarlos en un esquema de excepción) que termina por ser capitalizado por los corporativos que han vuelto a la imagen, su forma de acumulación de capital: el Grupo Reforma, Milenio Diario, Televisa Monterrey. Este modelo de noticias espectacularizadas, por momentos, forma parte, igual de redituable, de la producción masiva de subjetividad que se da a través de los suplementos sociales.

El terreno como marca

A finales del siglo XX se dio un desplazamiento del espacio social abierto a la mirada de los otros, desplazamiento de una exclusividad y una territorialidad específica: de San Pedro Garza García a otros municipios a través de los suplementos sociales.

A principios del siglo XXI se da un desplazamiento a través de la resimbolización en el espacio territorial por la extensión de la marca "Valle" (colonia insignia del municipio de San Pedro) para su recapitalización en desarrollo inmobiliario.

El espacio exclusivo y limitado de la Colonia del Valle, en el municipio de San Pedro, se desplaza hacia los municipios vecinos de Monterrey y Santa Catarina para, al extender su estilo de vida, recapitalizar estos nuevos desarrollos. La "invención" de Valle Oriente y Valle Poniente es el mecanismo para esta resignificación.

Mientras en el caso Valle Oriente (hacia Monterrey), esta recapitalización está ligada a esquemas tradicionales de desarrollo –centros comerciales, edificios de oficinas y de usos mixtos, hoteles y restaurantes–; en el caso de Valle Poniente (hacia Santa Catarina) se ancla –caso característico de este capitalismo cognitivo– principalmente a la educación, se crea un distrito de escuelas privadas –Campus UDEM, Prepa del Tec, Colegio Americano, Universidad Libre de Derecho, CEDIM, Colegio Sierra Madre– que detonan el desarrollo comercial e inmobiliario de la zona.

v. Lo único constante es el capital

La torre de Babel

Los espacios públicos –reales o mediáticos– se convierten en pequeñas torres de Babel del capital. Lugares que reúnen en sitios privilegiados de la ciudad, a diversos grupos de personas con distintas formaciones para hacerlas hablar un solo lenguaje, el de la imagen capitalizada.

Estos espacios públicos –plazas, centros comerciales, edificios icónicos, suplementos sociales, colonias resignificadas– son una torre de Babel que se derrumba y autoconstruye permanentemente para mantener activo el flujo del capital.

Capítulo 4

Una placa de concreto

Desarrollo,
movimientos
sociales y conciencia
petrificada

Monterrey, su alma de cemento encajonada.

Ricardo Garibay

*Las obras de rehabilitación del espacio urbano son
un claro ejemplo del poder y la ideología de la clase
dominante.*

Rebeca Moreno Zúñiga

*La Macroplaza simboliza el fin explosivo de la modernidad
dura que en su agonía hizo uso inusitado de violencia,
como si para morir hubiera tenido antes que demostrar
todo lo que habría sido capaz de hacer con esta ciudad si
hubiera tenido más tiempo: "el fanatismo del progreso es
siempre terrorista".*

Juan Manuel Casas García

Entre el polvo y las montañas

Monterrey se define –desde su origen– entre la solidez y el flujo. Entre las montañas y el río que se cuela en el cauce que ellas ceden.

El flujo de agua fue sustituido por uno de coches, por el flujo migratorio que se solidifica en la poca participación ciudadana.

La solidez de las montañas, por la transfiguración en polvo, poco a poco se convierte en edificios que simulan su permanencia convertida en ciudad.

Ese vaivén entre flujo automotriz y solidez inmobiliaria permite y fomenta el desarrollo del capital dejando azorados, ante la grandeza y la indiferencia, a sus habitantes.

i. Manifestaciones obedientes

No es protesta, es ligue

Las diversiones estaban en las calles, igual que hoy en día, la principal era la serenata de la plaza Zaragoza. Dice el Sr. Tony Pena que cuando llegó por primera vez a Monterrey (es originario de Niágara Falls) se hospedó en el Hotel Ancira y que en una de las primeras noches que vio mucha gente que se iba juntando y oyó mucho ruido, creyó que era una manifestación o una protesta y se acercó. Relata que, para él, es un recuerdo imborrable el espectáculo precioso de muchachos y muchachas dando la vuelta a la plaza. (Zapata, 28)

Paternalismo empresarial y neutralización del derecho a disentir

1. Mejor pónganse a jalar

En su segunda fase, el paternalismo fue de naturaleza defensiva. Buscaba distraer a los trabajadores de las tentaciones políticas que les presentaban las varias formas de movimientos laborales, los sindicatos o el socialismo. La actitud de la burguesía industrial alemana después de 1870 es muy característica a este respecto: sus actitudes con los trabajadores surgieron de un temor al socialismo. Al dirigirse a sus empleados en 1877, Krupp hizo patente un sentimiento que prevalecía en su clase: "Disfruten lo que se les da para que lo disfruten. Descansen, cuando su trabajo haya terminado, en compañía de sus seres queridos, los padres, la mujer, los hijos... En cuanto a la política... evitense esa preocupación. Involucrarse en la política requiere más tiempo y experiencia de lo que un trabajador suele tener." (Berigier: 436, en Saragoza, 125)

Las políticas paternalistas tomaron mayor importancia y sirvieron para proteger a los patrones de las protestas laborales. Así, lo que comenzó como un método para mantener una fuerza laboral confiable y maleable, se convirtió en un medio efectivo para minar la organización independiente de los trabajadores. (Saragoza, 126)

2. Alianza empleado-patrón es nacionalismo

Huelgas, boicots, marchas y otras acciones laborales minaban la reconstrucción económica nacional, según la nueva filosofía empresarial

regiomontana. La unión entre patrones y empleados, decían los empresarios, proporcionaba el mejor medio para impulsar la recuperación económica [en el periodo posrevolucionario]. La cooperación entre clases se volvió una manifestación del nacionalismo, una contribución al bienestar colectivo del país. (Saragoza, 193)

3. Continuidad del paternalismo, ahora en conciencia urbana

Los vecinos tienen toda la capacidad, sin embargo, apenas están desarrollando el músculo participativo, porque históricamente no se les invitaba a participar y había más temas asistenciales, explica Cordelia Portilla, jefa de responsabilidad social de FEMSA Comercio. (Gabriela Villegas, El Norte, 19 julio 2015)

Privatización de las manifestaciones

Durante mucho tiempo la idea de manifestación pública, política, fue "privatizada" por los empresarios. Desde la represión de la manifestación en oposición en el periodo de Bernardo Reyes, hasta las multitudinarias manifestaciones contra la Ley Federal del Trabajo de Lázaro Cárdenas, o contra el Libro de Texto Gratuito, fueron los empresarios los que dictaban cuándo, o cuándo no, era legítimo tomar la calle.

*

En 1922 por un cabildeo de los sindicatos, se estableció en Nuevo León la ley seca dominical, día en que los trabajadores consumían más cerveza. En respuesta, la Sociedad Cuauhtémoc y Famosa (SCYF) movilizó a cientos de trabajadores de la Cuauhtémoc y sus familias para manifestarse frente al Palacio de Gobierno. Junto con los empresarios y dueños de cantinas, los trabajadores reclamaron que la ley seca amenazaba sus trabajos y el bienestar de sus familias. (Snodgrass, 95)

[En 1924] los despidos punitivos provocaron la primera huelga registrada en la historia de Cuauhtémoc. El gobernador de Nuevo León extendió su apoyo verbal a los trabajadores sindicalizados y ordenó a la cervecería que recontratara a los despedidos. La administración se rehusó. A las dos horas, el sindicato organizó un piquete frente a la planta. Exigieron la reinstalación de todos los miembros del sindicato y la libertad de sus dos líderes encarcelados. A medida que los trabajadores del piquete y sus simpatizantes de la comunidad rodeaban la cervecería, los activistas

de la SCYF [Sociedad Cuauhtémoc y Famosa] de nuevo movilizaron a sus obreros para marchar al Palacio de Gobierno y protestar.

También telegrafieron al presidente Obregón que "elementos externos han intentado impedir nuestro derecho de trabajar mediante un uso escandaloso de la fuerza". El presidente aprobó el empleo de tropas para dispersar los piquetes cuando una autoridad militar local confirmó que "una minoría de trabajadores inconformes había cerrado la fábrica". Los huelguistas fueron dispersados y el trabajo se reanudó. Por segunda vez en seis años, los directores de la cervecería se habían desistido al impulso sindical despidiendo punitivamente a los líderes del movimiento. (Snodgrass, 96)

¿Todas las clases sociales unidas contra el gobierno?

1936. Los empresarios se manifiestan contra Lázaro Cárdenas por apoyar la huelga en Vidriera Monterrey y contra la declaración de la junta laboral de anular el sindicato blanco para mantener la huelga.

*

El 5 de febrero, una multitud vitoreante de cerca de 60 mil personas marchó al Palacio de Gobierno, gritando "mueran los comunistas" y frases similares. La violencia parecía inminente, y las tropas federales fueron llamadas para mantener el orden. La enorme manifestación también desencadenó marchas similares contra el gobierno en Torreón, León, Mérida, Puebla y el Distrito Federal: otra demostración de la potente influencia de los regiomontanos. Luego, en la mañana del 6 de febrero, un silencio ominoso prevaleció cuando las tiendas, bancos y fábricas permanecieron cerradas. La ágil movilización de los empresarios indicó la extensión y efectividad de su influencia, y el significado que le daban a la huelga. El paro virtualmente paralizó la ciudad; el dominio de los capitalistas regiomontanos se había reafirmado: habían respondido al reto presidencial. Cárdenas se vio forzado a contestar: el viaje a Monterrey debía hacerse. (Saragoza, 15)

1962. Manifestación contra el Libro de Texto Gratuito.

Con mucho tiempo, apoyos y recursos se planeó la manifestación de rechazo al texto gratuito que tuvo lugar en 2 de febrero de 1962. Para tener una idea de la magnitud provocada por esta organización hay que recordar que el censo de 1960 arrojó 550,000 habitantes, por lo

que una manifestación de 350,000 implicaba la movilización total de la población. En los periódicos de todo el país aparecieron fotografías de esa multitudinaria manifestación, la más grande de la post-guerra. En las comunidades del centro y sur del país no se entendió el fenómeno, ¿por qué los reaccionarios regiomontanos se oponían a que se les regalaran libros a los niños de las escuelas? Así se manejó por la prensa. Para los círculos políticos el mensaje fue claro: Monterrey no iba a ser víctima pasiva de experimentos exóticos de los pensadores de "avanzada" del centro o de cualquier otra parte. (Zapata, 85)

ii. Asentamientos espontáneos

Fragmentación de la ciudad

Rasgos del crecimiento metropolitano en los sesenta

- a) Expansión habitacional horizontal, preponderantemente popular, dispersa en todas direcciones.
- b) Consolidación de la conurbación, y proletarianización de las cabeceras municipales vecinas.
- c) Segregación social, geográfica y económica de la población, con zonas periféricas poco atractivas o industrializadas, mal comunicadas y peor equipadas para clases bajas.
- d) Continuación de la especulación urbana mediante grandes baldíos intermedios, con mayor plusvalía por la obra pública y con insignificante cargo fiscal.
- e) Concentración vertical creciente de comercio y servicios en el centro del primer cuadro; "recuperación" paulatina de esas áreas decadentes, al enviar a sus pobladores a la periferia.
- f) Proliferación del fenómeno de paracaidismo o invasión ilegal de tierras urbanas para colonos pobres, marginados del mercado libre de terrenos.
- g) Aparición de los primeros subcentros comerciales y de servicio en las zonas periféricas de altos ingresos (Valle, Anáhuac, Tecnológico, Linda Vista), en contraste con la casi total carencia de ellos en las zonas periféricas populares, las cuales siguen dependiendo para todo del gran centro de Monterrey. (García Ortega 43 y s.)

Asentamientos humanos espontáneos

1. Paralelo al desarrollo

En 1928 fue invadida la colonia El Pozo, territorio urbano propiedad de la Cervecería Cuauhtémoc. En los años cincuenta, en acción homologable, la colonia Garza Nieto declara la suspensión de pagos de renta y fue desde

ese entonces una colonia de posesionarios. También por esos tiempos se registró la primera invasión en el cerro de la Loma Larga. (Sánchez, 166)

Para 1967 habitaban en el área metropolitana de Monterrey 10 mil familias de las cuales 95 por ciento eran de composición rural: y a mediados de los setenta había 300 mil habitantes de origen rural (alrededor de 30 por ciento de la población), de los cuales 36 por ciento estaba desempleado o subempleado. Agréguese a lo anterior que los empleos eran por lo general inestables y mal remunerados, producto de la competencia generada por la abundante fuerza de trabajo. Así se fue generando la crisis que se volvió causa de asentamientos humanos espontáneos, dada la enorme dificultad de conseguir vivienda. (Sánchez, 163)

2. Uso político

El crecimiento de la ciudad sigue, de manera descontrolada, generando ámbitos urbanos en lugares inhóspitos, poco propicios para la edificación, generalmente obtenidos a partir de la ocupación ilegal de los predios, regularmente por grupos de inmigrantes, apoyados por algún líder político del cual resultan ser "una fuerza social" en épocas electorales. (García, 143)

3. Resurgiendo de entre la basura

La zona noreste de Monterrey, antigua comunidad de San Bernabé, Topo Chico, sede de los más antiguos tiraderos de basura, terrenos de aridez extrema y condiciones que llevarían a suponer que nadie reclamaría derechos de propiedad, se convirtió en la zona en la que se produjeron la mayoría de las invasiones, y como derivación de ello las diferentes formas de lucha para preservar los asentamientos y hacerlos habitables, con servicios sanitarios, agua, luz, electricidad, transporte y educación. (Sánchez, 167)

4. Empezar con un block

Cuando llegamos, en septiembre del 71 al cerro de La Campana, no era nada. Estaba solo. Esto era un arroyo. El primer block lo cargamos desde allá, de la calle. Mucha gente nos decía, no pongas block, pon lámina. No nos van a dejar aquí mucho tiempo. Como siempre he vivido de renta, si un año me dejan, un año me ahorro. Pasaron cinco o diez años y nadie brincó. Yo ya tenía mi casa pero toda machucada.

No todas las casas están escrituradas. Yo les digo que escrituren, pero no quieren batallar. Hay personas que se meten, pero cuando saben

cómo está el brinco, ya no siguen. Yo fui con los líderes, ellos eran los que hablaban. Uno nomás va acompañando. Hay que ir un día y el día siguiente, si te dicen. Nosotros ahí estábamos. Unos estaban al frente y nosotros atacando. ¿Qué hay que dar dinero?, pues dale pa la soda. No pal gobierno. Allá no te dan de comer. Allá tienes que esperarte hasta que llegue la hora. Para esas citas no vas tú nomas. Tú llevas una colonia, yo llevo otra, vamos varios. Y si llevas 10 y yo 10, no vamos a pasar todos. Nomás uno o dos. Y si te dicen que mañana, pos mañana igual. Ahora nadie quiere hacer eso. En ese tiempo eran unos 5 o 10 viejos que estaban al frente y todos ayudábamos con interés de esto. Ahora no hay interés de nada. Todos los que fuimos, tenemos escrituras. (Entrevista a Don Santos, Pliegos W 07)

5. Luchar por el barrio

Es importante mencionar que la forma misma de apropiación de la tierra en las partes altas de la loma [larga] ha determinado aparentemente cierto rasgo básico de violencia, pues los terrenos son "tomados" y defendidos de esta forma contra los dueños legítimos o autoridades policíacas, judiciales, municipales o estatales. Hay entonces una característica básica de origen en la personalidad de los posesionarios: su capacidad de luchar de forma directa, a través incluso de la agresión física, para defender su barrio, su vivienda. (García, 146)

6. Buscar un espacio

En los últimos años de la década de los sesenta y a lo largo de la siguiente, estudiantes y maestros universitarios, trabajadores sindicalizados y campesinos que migraron a la ciudad, bajo formas de organización concretas –algunos de carácter duradero y otras transitorias–, emprendieron acciones políticas en aras de la democratización pública, del fortalecimiento de organizaciones sindicales y de la satisfacción de sus demandas por contar con empleos, vivienda y servicios dignos. (Sánchez, 149)

¿Vivir mejor con menos?

Escultura urbana en la periferia de Monterrey, 2003-2006, pieza del colectivo tercerunquinto.

En los límites de la ciudad, en un asentamiento urbano ilegal que carecía de servicios básicos y, en cierta medida, aprovechando la fisura legal que

dichos asentamientos provocaban, el colectivo construyó una plataforma de concreto de 50 metros cuadrados. La mitad de la plataforma estaba en terrenos invadidos y la otra mitad estaba en tierra abierta, en la zona que correspondería al espacio público. tercerunquinto colocó –depositó es en verdad la palabra que la imagen de registro sugiere– dicha plancha y se retiró a esperar.

Era un espacio no definido en cuanto a su función. Un espacio maleable, que pronto se convirtió en tarima, escenario, púlpito, cancha deportiva, gracias a las acciones de los vecinos, quienes fueron cargando de sentidos y definiéndolo desde su uso. "La gente empezó a usar la pieza como un foro o una plaza y las actividades que realizaron; que incluyeron fiestas, distribución de comida y medicina, encuentros religiosos y políticos, y torneos deportivos; fueron las que definieron el lugar", explican los artistas. (Carrión, 96-98)

Más de diez años después, dentro de la XII Bienal FEMSA 2017, *Poéticas del decrecimiento*, *¿Cómo vivir mejor con menos?*, el colectivo tercerunquinto realiza un proyecto que recuerda al de hace quince años, *Obra inconclusa*. Su proyecto, Riberas del Río (Manzana 3, lote 4) utiliza el monto que se le comisionó para proporcionarle a la persona que vive en ese predio los materiales necesarios para que pueda terminar de construir su casa. Durante el periodo de exposición de la Bienal, en una sala de la Nave Generadores del Parque Fundidora se expusieron estos materiales (costales de cemento, puertas, grava, cajas de mosaicos, ladrillo...).

"La materialización (...) de la modesta construcción ubicada en una de las periferias sociales y urbanas de la ciudad y, por ende, la que tercerunquinto ha concebido para este evento institucional de arte, no estará resuelta hasta que concluya la exhibición pública de la XII Bienal FEMSA. De esta manera la exposición y el tiempo asignado a ella, se reservan la solución a un problema económico y social." (Cédula de sala que acompañó a la pieza).

Después de haber experimentado y abierto las cualidades de lo público, en el proyecto de hace más de una década, ese retomar ahora la dimensión no solo de lo privado, sino de lo individual (unifamiliar), ¿no es una forma de ceder ante los esquemas estándares del capital: un programa de paternalismo de los empresarios regiomontanos de inicios de siglo XX en el que prometía dotar de una casa propia a cada empleado, del fallido modelo gubernamental de vivienda social?

¿Se analizaron las consecuencias ideológicas –funcionales, incluso– de ese giro de tuerca de un proyecto en espacio público que hace más de diez años funcionó, al volverlo un proyecto meramente "conceptual" dentro de un espacio museográfico y con un fin privado?

iii. Despojo urbano

El rapto del espacio público

1. Un estorbo entre los poderes y la burocracia

Me acuerdo que (en los años cincuenta) en la carrera de arquitectura en el Tecnológico, analizamos la conexión de los dos palacios [el Municipal y el de gobierno Estatal] desde muchos años antes de que se hiciera la Macroplaza, y se veía una relación de flujo de personas que tenían que atender asuntos en estos lugares y que, por lo tanto, era una concentración impresionante de gente y de vehículos. Era poco práctico ir allá en aquél entonces. (Adán Lozano, en Casas, 166)

2. Limpieza social como pretexto

El centro de Monterrey, hasta hace tres años [1981], estaba convertido en una de las zonas urbanas más deprimidas y rezagadas de la metrópoli. Callejuelas angostas y tortuosas; añosos edificios adaptados como comercios, viviendas y talleres; antiestéticos anuncios; automóviles estacionados en las banquetas, y hasta un canal de drenaje abierto conocido como "el canalón", que a trechos serpenteaba entre las casas, constituían la imagen del corazón de la ciudad. (Del Folleto publicitario oficial que justificaba la Macroplaza, en Casas, 185)

3. Modernización = especulación

En 1984, bajo el gobierno de Alfonso Martínez Domínguez, se inaugura la Macroplaza (la cuarta más grande del mundo por su extensión) para "modernizar" el trazo de la ciudad y recuperar la zona centro de Monterrey. Con el argumento de que esa zona de la ciudad estaba muy deteriorada se demolieron 31 manzanas y 427 construcciones en su mayoría edificaciones del siglo XIX (en un espacio equivalente a 40 hectáreas) (Prieto: 2014, 65).

Si bien el proyecto urbano es, a la fecha, ampliamente criticado, "el ambicioso programa incluía una oscura operación de especulación inmobiliaria, así como una velada intención de control estratégico de la plaza." (Lupercio, Pliegos W 01, 2015)

A pesar de estas críticas, sus yerros estéticos y su fracaso para atraer a inversores privados a que construyeran grandes edificios para

redelinear el perfil urbano del centro; por la carencia de otros espacios públicos "amigables", la Macroplaza fue tomada por la población de las pauperizadas colonias cercanas y logró ser el centro de una amplia vida pública.

Este sacrificio del patrimonio arquitectónico tenía sus objetivos precisos: regenerar la zona al resignificarla como lo que hoy se conoce como un distrito bohemio. La invención del Barrio Antiguo –los alrededores de la Macroplaza se convirtieron en una zona de antros– que atrajo, en los noventa, a jóvenes de todos los sectores de la ciudad hacia el "consumo de experiencias".

La Macroplaza fue la piedra angular de lo que, a principios del siglo XXI, sería el corredor Paseo Santa Lucía, un río artificial de más de 2 kilómetros de largo que la conecta con el Parque Fundidora que, a la quiebra de esta industria (1986) y el establecimiento del fideicomiso en que se cedía el espacio "al pueblo de Monterrey", se vio sometido a un proceso de privatización y enajenamiento para convertirlo en una especie de parque temático. El Centro de exposiciones Cintermex, el Parque Plaza Sésamo, el Auditorio Banamex (antes Foro Coca-Cola), La Arena Monterrey, un hotel Holiday Inn, la pista de la serie Kart –por pocos años–, la pista de hielo Mabe, El Papalote, Museo del Niño, el Salón de la Fama de beisbol, son algunas de las marcas que se han establecido en este "espacio público".

En la Macroplaza se construyó el escenario de museos-hito. Además de los museos de Historia Mexicana, el del Noreste (MUNE), el más representativo es el Museo de Arte Contemporáneo (MARCO) de Ricardo Legorreta que, junto con el Faro del Comercio de Luis Barragán, definieron el otro polo de este corredor turístico.

La Macroplaza resignificó el espacio público hacia una zona propia para que floreciera la industria de la experiencia, a costa del patrimonio arquitectónico de la ciudad y del patrimonio simple de cientos de familias.

4. Privatización de la historia

Solo como muestra de cómo el patrimonio arquitectónico y cultural fue capitalizado para el provecho privado de terceros, cito lo que Mauricio Fernández narra en el libro sobre su casa-museo, La Milarca.

Afortunadamente por esas fechas había muchísima madera disponible como resultado de la demolición de una gran cantidad de casas y edificios en el centro de Monterrey, hecha con el fin de construir el parque que

más adelante conoceríamos como la Macroplaza. En gran cantidad de esas construcciones había madera con cien años o más de antigüedad y a precios sumamente accesibles. No recuerdo cuántas vigas compramos para construir piezas incompletas como el alero (del techo principal de la casa), marcos de puertas y ventanas; creo que con facilidad adquirimos –aproximadamente– unas mil vigas. Gracias a esto podemos decir que en el proyecto de La Milarca también sobrevive la historia de nuestro Monterrey antiguo. (en Prieto: 2014, 71)

El vacío urbano se llena con gente

1. Analfabetas de la protesta

Los regiomontanos, después de toda una vida de ser guiados ideológica y públicamente por los empresarios, son analfabetas de la protesta. La calle solo la han utilizado para transitar en coche y para socializar.

*

La reacción después del triunfo electoral de Jorge Treviño [candidato del PRI a la gubernatura] fue espontánea e inusitada, sin convocatorias y sin organización se reunieron más de treinta mil personas para mostrar su repudio a la afrenta de la cual fueron víctimas. Las marchas de 1985 fueron totalmente espontáneas al grado que los mismos panistas que convocaban, fueron desbordados por la multitud. La recién inaugurada Gran Plaza se estrenó con estas manifestaciones, todo terminó en una refriega con varios golpeados por ambos lados. Lo único bueno de esa jornada, fue que los regiomontanos gritaron, protestaron, mentaron madres y marcharon hasta que se cansaron. Una catarsis colectiva muy necesaria para esta población cansada, pauperizada debido a la crisis económica y por último, violentada inútilmente. Ya externada la agresión, los regios indiferentemente aceptaron el nuevo estado de cosas. (Zapata, 127)

2. Pasividad y bienestar

Los despidos masivos en las empresas de Monterrey [por las crisis de los ochenta] generaron poca resistencia. No hubo huelgas masivas ni manifestaciones de cientos de miles de personas, ni marchas ni mítines políticos. Hay quienes interpretan este fenómeno como un índice de la presencia de "una población muy golpeada por el pinche capital", como mis amigos de izquierda acostumbran decir. Sin duda, esto habrá

ocurrido en muchos sectores, pero hay más que eso, la gente aceptaba calmadamente, recibía su indemnización, encontraban trabajo en otras empresas, o mejor aún, iniciaban un pequeño comercio o taller independiente. (Vallina, 190-191, en Zapata, 125)

3. Militancia y venganza

Después de todo los 7 mil trabajadores [de Fundidora] habían producido niveles récord de acero apenas un año antes [del cierre de la planta]. Cualquiera que fuese la causa, los trabajadores del acero desempleados sufrieron a continuación la "venganza" de la élite por la cultura de militancia [sindical] de la que tan orgullosos se sentían. Las políticas restrictivas de contratación que adoptaron los industriales en los años treinta volvieron a amenazar a los "hombres de acero". Para finales de los ochenta, las empresas no sindicalizadas habían detectado y despedido a los pocos trabajadores del acero que se las arreglaron para "evadir" su lista negra. Muchos recurrieron al autoempleo; otros se unieron a la masa de mexicanos que emigraron a los Estados Unidos. Unos pocos se suicidaron. Entretanto, sus familias lucharon para superar su pérdida de altos salarios, prestaciones y escuelas de la empresa que habían significado seguridad a generaciones de trabajadores del acero. (Snodgrass, 393)

iv. Del trabajo a la indigencia

Polvo eres... y en concreto te convertirás

Las pedreras son tajos inmensos de los cerros, cuyo vientre roen las máquinas y te sacan piedra y grava y arena y qué sé yo.

El vientre del cerro se ahonda y dondequiera que ponga los ojos se alzarán una pared imposible por la que bajan sin término silenciosos y casi invisibles y delgadísimos ríos de arena. Y el polvo aquél cae de lleno en Topo Chico y varias Fomerreis y otras colonias proletarias y también vuela y cae sobre la gente decente en el plan. Pero sería más fácil llevarse a Monterrey a otro lugar y no las pedreras. (Garibay: 1980, en Rangel, 232)

Construcciones abandonadas

La paralización de la construcción fue el principal generador de desempleo en estos años [principios de los ochenta]. Los primeros proyectos de las empresas en cancelarse fueron las construcciones, tanto de oficinas como de naves industriales y sus ampliaciones, bodegas, inclusive de vivienda obrera, de empleados o clubes.

Monterrey había vivido una fiebre de construcción tanto pública como privada: existían enormes proyectos de todos tipos como el de la Gran Plaza, el campus de la UdeM, entre otros.

Todo se paraliza súbitamente, algunas construcciones solo en cimientos y otras a punto de terminarse. Diez años después [inicios de los noventa] todavía se pueden ver edificios que nunca se terminaron, industrias operando en naves semivacias y oficinas en obra negra. El corporativo ALFA, Los Soles, el Mol del Valle, fueron solo algunos ejemplos de la súbita paralización de la construcción. (Zapata, 116-117)

Trabajo eventual y nómada

La rama económica de la construcción se caracteriza en México por los enormes volúmenes de contratación, lo acontecido en los años de 1982, 1983, 1984 representó lo peor para esta industria; los albañiles, "maistros"

de todo tipo, plomeros, electricistas, pintores, carpinteros y trailers, no eran protegidos, salvo temporalmente, por el Seguro Social. Tampoco existen cifras o estadísticas de cuántos laboraron directa o indirectamente en ella, por lo que es imposible saber cuántos miles de personas se quedaron sin trabajo en Monterrey por la paralización de la construcción. Si bien los miembros de este gremio son del tipo trashumante (viajan siguiendo el trabajo) en México no había a dónde ir, las condiciones eran iguales a lo largo y ancho de la geografía nacional; salvo para los calificados, que son los menos, Estados Unidos representa una opción para migrar. (Zapata, 117)

v. Producir bienestar

Industria de la experiencia y capital

1. Alienación del ocio

En 1917, con la intención de disminuir el ausentismo de los operarios los días lunes, la cervecería destinó un local, el pago de la música y la donación de dos cervezas por adulto para que los obreros, junto con sus familias, gozaran de su día de descanso. (Recio Cavazos, 83)

2. Entretenimiento puro y duro

Aunque algunos usos de entretenimiento y análogos a lo cultural ya ocurrían en el Barrio de Catedral desde los años ochenta –y aun desde los setenta–, su cantidad y presencia en el paisaje urbano era tan mesurada que predominaba la vida familiar sobre cualquier otra. Pero la declaratoria de los años noventa [como Barrio Antiguo, el barrio más antiguo de Monterrey] llamó la atención de mucha gente que no estaba familiarizada con el lugar, y surgieron cafés, restaurantes y bares. Se volvió atractivo para los usuarios y comerciantes, y comenzó a fomentarse una vida nocturna cada vez más intensa que se expandió por unos quince años, suficientes para que se formara una tradición en más de una generación. Por supuesto, los habitantes que residían en esa zona antes de 1993, poco a poco fueron ahuyentados por la gran cantidad de nuevos usuarios que tomaron el barrio en masa invadiendo la privacidad y tranquilidad que solía haber. Los usos de suelo cambiaron y se encarecieron los bienes raíces. Al mismo tiempo, los que se beneficiaban de ese fenómeno vieron que, para su conveniencia, la manera más rentable de responder a la nueva demanda era hacerlo desde el lugar del entretenimiento puro y duro. (Casas, 79)

3. Música y juventud

Homero Ontiveros, tecladista de la banda de *ska* Inspector, relata que desde la mitad de la década de los noventa, el Barrio Antiguo comenzaba a tomar fuerza como punto de encuentro y donde el denominador común era la música.

"Desde mediados de los noventa ya empezaba a haber música ahí, sobre todo en los lugares más emblemáticos, el Café Iguana, La Tumba y el Skizzo, prácticamente eran estos tres lugares. Era como cualquier zona

de entretenimiento y diversión, pero la diferencia era que de alguna forma se metió la música original, música local, se empezaron a hacer tocadas y pequeños conciertos donde la gente entraba con boleto pagado".

El Barrio Antiguo se convirtió en un punto crucial, para el desarrollo de la famosa Avanzada Regia, un conjunto de agrupaciones musicales que derribaron las fronteras locales y nacionales, integrado por bandas como Control Machete, El Gran Silencio, Zurdok, Plastilina Mosh, Genitallica, Panda, Jumbo entre muchos otros.

Con esa efervescencia musical fue como los bares y antros ubicados en la zona empezaron a consolidarse en el gusto de la población. Luego aparecieron otro tipo de opciones donde el objetivo no era realizar conciertos, sino sólo la fiesta y el baile.

Las 16 calles del Barrio Antiguo eran casi intransitables por la cantidad de gente que asistía a la oferta de bares y antros los fines de semana. De jueves a domingo las calles se volvían peatonales, cerradas y custodiadas por Tránsito de Monterrey.

Una caravana invisible

La estadística de los desaparecidos es una manifestación elocuente de esas fuerzas oscuras e inanimadas que trabajan la entraña de la sociedad; es un caso precioso de la anomalía frecuente; ejemplo palmario de la evolución descendente –o ascendente, nadie sabe; por lo menos, de la evolución contraria, del progreso hacia lo anormal, hacia el milagro. Una caravana invisible desfila por nuestras calles sin que lo sepamos; un pueblo de nómadas, nos está abandonando constantemente, está huyendo nadie sabe adónde, no se sabe adónde.

Alfonso Reyes

1. Entre el tráfico y el ruido

La presencia de los sin techo en las calles es una faceta de la vida urbana que se despliega entre el tráfico y el ruido. (García, 83)

La pérdida de un alojamiento propio no es más que una etapa más en el proceso de desinserción social del individuo. Ese recorrido de ruptura social está jalonado de múltiples y sucesivas rupturas a nivel individual, familiar y social (...) en este itinerario hay múltiples factores de tipo estructural y personal. Atendiendo a los primeros se puede citar: la

insuficiencia de las políticas de vivienda y de empleo, el paro de larga duración, crisis de los modelos educativos, el fracaso de los valores sociales basados en el consumo, competitividad y de la insolidaridad. (Fundación San Martín de Porres, en García, 89)

2. Resignificación y reuso del espacio público residual

Casas abandonadas, alcantarillas, lotes baldíos, puentes, estaciones y túneles del metro, "un indigente vive en otra cara de la ciudad, desechado". (García, 42)

Cartón, periódico, trapos, láminas y madera desechada son los materiales utilizados para producir construcciones que reviven las formas personales de tratamiento del espacio y que sintetizan las experiencias pasadas respecto a todo aquello que fue, en algún momento, la vida en casa. (García, 83)

3. Invisibilidad y ceguera

Desde los carros nadie ve o quiere ver a estos vagabundos. Y ello no se debe a una mera invisibilidad ocular sino también al hecho de que en una ciudad como Monterrey, donde el primer gran reto de cada individuo constituye la consecución y la conservación de un empleo como para asegurar la supervivencia, las personas que se observan imposibilitadas para el trabajo son mal vistas. Sobre este trasfondo simbólico, el Rube [cruce de las calles Ruiz Cortines y Bernardo Reyes] es concebido por el imaginario común como una especie de basurero social: una parte aceptada de ese inevitable patio trasero de la ciudad. (García, 85)

4. El hombre Tecate

Los indigentes, los sin techo, son también los sin rostro. El hecho de que, en la zona metropolitana de Monterrey un indigente haya obtenido rostro gracias a que en 1996 se le ocurrió confeccionarse una "armadura", disfraz, con latas (o lámina impresa con la marca) de Tecate llega a ser un irónico reflejo del desarrollo en esta ciudad que, al mismo tiempo que "produce" este tipo de vida precarizada y desplaza a sus habitantes hacia las calles; los "rescata" del anonimato a condición de ser reconocidos más que por sí mismos, por la marca del corporativo que "dio origen" a la ciudad.

Hay quienes aseguran que llegaron a transitar hasta 10 mil personas en un solo fin de semana entre las arterias del famoso Barrio. (Blog Thump, noviembre 2016)

5. Noche de Halloween

Es la noche de Halloween de 2009 en el centro de la ciudad de Monterrey; ríos de gente disfrazada han provocado que la policía cierre las calles en el cruce de las calles Morelos y Dr. Coss. La multitud avanza, saltando de bar en bar, despreocupados y sin saber que, ese año, sería el último en el que el Barrio Antiguo vería tal cantidad de gente congregada.

6. Entre una espada y una puerta (cerrada)

Jesús González, representante de la organización civil Alianza Cívica, recuerda que los testimonios de los propietarios de los bares y centros nocturnos, aludían a que estaban siendo forzados tanto a pagar piso como a vender o permitir la venta de drogas dentro de sus instalaciones.

"Los establecimientos quedaron en medio de la guerra; entonces los narcotraficantes obligaban a los bares o restaurantes a vender droga, eso nos lo han comentado los dueños de estos negocios. No tenían otra: o vendían o cerraban".

7. La muerte del barrio antiguo

En el Barrio Antiguo casi todos pueden precisar el momento cuando inició la debacle de este popular sector de diversión nocturna: el 21 de mayo del 2011, cuando un grupo de hombres armados abrió fuego contra el icónico Café Iguana, dejando como saldo cuatro personas sin vida. Meses atrás ya sufría afectaciones por la desbordada inseguridad en la entidad.

Desde entonces, en las fachadas de las casonas antiguas se suplieron los anuncios de promociones por los letreros de "se vende", "se renta" o "se traspasa".³³

Participación ciudadana a través de récords

En plena época de violencia e inseguridad, municipios, corporativos y ciudadanos estaban más preocupados por volver la participación ciudadana un espectáculo global en forma de récord, que por transformar su dinámica social.

³³ Suárez, Emanuel. "El renacimiento del Barrio Antiguo". *Hora Cero Nuevo León*, consultado el 29 de septiembre de 2016 en el sitio de internet: <https://www.horaceronl.com/reportaje/11143/>

1. El récord por el *hot dog* más largo del mundo se obtuvo en Monterrey en 2008. Decenas de chefs de esa ciudad, convocados por el gobierno municipal, lograron elaborar un *hot dog* de más de 76 metros.³⁴

2. La ciudad regia es pionera en *flashmobs* en México, Luis Escalante es el organizador del mayor *flashmob* en Monterrey, *El Mundo se detiene*.³⁵ El 28 de septiembre de 2008 a partir de las cinco de la tarde, a lo largo del Paseo Santa Lucía, la gente se quedó congelada a lo largo de seis minutos. Se logró reunir a 3, 200 personas.

3. En agosto de 2013, Monterrey logró romper el Récord Mundial Guinness con "La Carne Asada Más Grande del Mundo", luego que 45, 252 personas participaron en el consumo del platillo en el evento realizado en las instalaciones del Parque Fundidora. Se estima que para el récord fueron preparadas alrededor de 18 toneladas de carne, repartidas en 45, 252 *kits* que incluyeron tortillas, salsa, papa, cebolla y limón.³⁶

Experiencia de bienestar

El capital, el narco y la cultura, en Monterrey, están tejidos y coexisten íntimamente.

Hace décadas, Monterrey ha efectuado una transición de la industria manufacturera a una desmaterialización de su producción.

Con la fundación del Tec de Monterrey se empezó a invertir en cultura no como un esquema de servicio social sino como un modelo que volvía rentable y franquiciable la educación superior.

Parte importante del desarrollo económico del siglo XX se basó en la producción de estados de conciencia a través de Cervecería y Cigarrera.

³⁴ Tapia, Jonathan. "Rompe récord mundial Monterrey con el hot dog más grande del mundo". *El Universal*, consultado el 27 de septiembre de 2008 en el sitio de internet: <https://archivo.eluniversal.com.mx/notas/542042.html>

³⁵ "Nota de HECHOS: DESTRUCCION VISUAL y EL MUNDO SE DETIENE". *Youtube*, subido por Luis Escalante, consultado el 16 de julio de 2009 en el sitio de internet: https://www.youtube.com/watch?v=zqa_ZNYBVH4

³⁶ "Rompen regios Récord Guinness". *Youtube*, subido por RegioMTY NEWS, consultado el 19 de agosto de 2013 en el sitio de internet: <https://www.youtube.com/watch?v=bmRe-utDf8>

El desarrollo del sector financiero a través de bancos y oficinas de asesoría bursátil, fue parte de esta transición.

La rentabilidad y poder de las empresas de medios, consolidados a inicio del siglo XXI, evidencian esta desmaterialización de la industria.

Todo este proceso de transformación de los capitales ha sido acompañado por la consolidación de una infraestructura de entretenimiento.

Los equipos deportivos, el surgimiento de grupos de *rock*, locales para la presentación de conciertos, rodeos de medianoche y *table dance*, restaurantes y antros, parques temáticos y museos cubren una necesidad social y son parte de este capitalismo cultural.

Todos los que aquí vivimos sabemos que lo que produce Monterrey es una experiencia. Una experiencia narcótica, etílica, un gran deseo de vida disfrutable.

Lo que produce esta experiencia es la cultura (industrializada, espectacularizada o aburrida).

Y, contrario a lo que se piensa, las drogas (legales o ilegales) son herramienta esencial para lograr esta experiencia.

El espectáculo de los estadios de fútbol no se concibe sin cerveza, de igual modo los conciertos, los antros y los *tables*.

El narco no llegó a Monterrey. Se ha producido, a lo largo de su desarrollo económico, como parte de esta experiencia de capital y bienestar.

Que en una esquina del Barrio Antiguo un capo, tranquilamente estacionado en su camioneta, llevara sus cuentas y surtiera su mercancía, es muestra de que en Monterrey se apoya a los empresarios que contribuyen a producir esta experiencia.

(Artículo propuesto y rechazado para su publicación en Milenio, marzo 10 de 2009)

Una economía otra del espacio público

La toma de terrenos por los paracaidistas, viviendas irregulares, el cierre de acceso de algunas calles por las bandas o la violencia y el cobro de piso, se instauran como prácticas espejo del desarrollo habitacional, las colonias privadas que proliferan por la ciudad y el desarrollo inmobiliario.

*

En plena década de los sesenta, la Confederación Nacional de Organizaciones Populares encabezó una serie de acciones, incluso invasiones, que propiciaron el surgimiento de fraccionadores ilegales. Éstos, mediante pagos y connivencias políticas con las autoridades, se apropiaban de terrenos y alentaban a las invasiones para luego cobrar cuotas exorbitantes a las familias ahí asentadas, todo lo cual redundaba en beneficio de la misma CNOP y de la CTM. (Sánchez, 166)

[El gobierno del estado instituyó el programa Tierra Propia para regularizar la propiedad de terrenos invadidos con el fin de acabar con esta irregularidad], pero las invasiones continuaron, muchas veces bajo la modalidad de auto-invasiones propiciadas por dueños de terrenos de difícil urbanización, quienes, a título personal, acordaban con algún líder de colonos la invasión de sus propios predios. (García Ortega, en Moreno Zúñiga, 21, nota 8)

La relación conveniente entre lo público y lo privado, parece verse desequilibrada cuando los jóvenes se asientan en cruceros o áreas de paso común y se asume como privada o semiprivada una zona pública, se establece el control sobre ese espacio como la expresión violenta de una organización que así define una identidad grupal. (García, 147)

Una serie de medidas de seguridad fueron adoptadas por la población: se prefirió la vida en los fraccionamientos privados y la convivencia se limitó a los conocidos y los familiares, pues se desconfiaba de la labor a la que se dedicaban vecinos y desconocidos; la vida se replegó en el espacio privado inmediato. (Moreno Zúñiga, 126)

De 1973 que empieza invasión de terrenos a 1976 que se crea el Frente Popular Tierra y Libertad, los poseesionarios llevaron a cabo acciones diversas entre las cuales se puede destacar la realización de manifestaciones, mítines y plantones, todos ellos instrumentos de presión para obtener beneficios tales como la construcción de escuelas, centros de salud y mantenimiento de las tarifas de transporte. También hubo secuestros de autobuses y de unidades policiacas para responder a la represión. (Sánchez, 168)

El semanario Zeta señala que mil cien empresas [en Monterrey] cerraron entre 2008 y 2012; una de las causas principales fue la extorsión de parte de los grupos delincuenciales. (Moreno Zúñiga, 126)

Incluso, los mediadores de estos grandes proyectos constructivos se pueden presentar como programas alternativos exitosos. Tal y como fue el caso del Mercado de la Luz, cuyos organizadores cobraban piso por usar el espacio comunitario de una plaza pública como lo hace la delincuencia organizada y contaban el cuento de que se trataba de un proyecto para hacer ciudad, generar convivencia y ¡Recuperar el espacio público! Los coordinadores de este Mercado llegaron, incluso, a argumentar que su negocio aumentaba la plusvalía de la zona y formaba parte de un proyecto vanguardista de gentrificación, lo que sea que esto último signifique. (Cristóbal López y Nydia Prieto: 2016, Pliegos W 02)

vi. Contra una lápida

La inconformidad es de quien la capitaliza

En marzo de 2010, Rodrigo Medina, gobernador de Nuevo León, convoca a la marcha Unidos por la Paz en Nuevo León. Lo hace en el espacio del circuito de la serie Kart, un espacio cercado y privatizado del Parque Fundidora.

La primera manifestación pública contra la inseguridad es un intento de capitalizar la inconformidad social por parte del gobernador en complicidad con los medios que explotaban cotidianamente la violencia en la ciudad a través del morbo.

¿Desde cuándo o desde dónde, el gobierno tiene la legitimidad de manifestarse contra un agravio que recibe la sociedad desde la misma inoperancia del Estado? ¿Por qué convocarla, no en el espacio público, signado políticamente, plaza cívica, frente a un edificio de poder; sino dentro de ese parque temático y convertirla en una manifestación espectacularizada y no política?

Este intento elevó la indignación de la ciudadanía, en vez de matizarla.

Hacer ciudadanía... ¿en coche?

1. Una mirada desde el coche

La acción de conducir es una forma de ser social, de relacionarse con otros y en definitiva, de habitar la ciudad. (Fouquet e Irazusta, 91)

Actualmente se estima que en el área metropolitana de Monterrey existe un vehículo por cada 1.3 habitantes. (IMPLAN San Pedro: 2013, 38)

2. Transitar la ciudad es ser conductor

Según datos del INEGI, de 1980 a 2011, el número de vehículos en la zona metropolitana de Monterrey pasó de poco menos de 250,000 a 1,876,838. (Fouquet e Irazusta, 99)

3. ¿Coche e ideología?

En Monterrey se percibe el tránsito como un asunto público, quizá con más énfasis que otras preocupaciones naturalmente como tales, como la política institucionalizada. (Fouquet e Irazuzta, 100)

4. ¿Militancia vehicular?

La ciudad, como un ente creciente y vivo, genera cotidianamente imágenes contradictorias. En pleno auge de los bloqueos experimenté una de ellas.

Una mañana iba al centro por Constitución y, antes de llegar a Carranza, vi que los coches empezaban a detenerse y acumularse.

Por el estado de distracción en que siempre manejo pensé más en un accidente que en un bloqueo. Busqué los carriles que fluían para sacarle la vuelta. Ya atorado bajo el paso a desnivel, los cuatro carriles comenzaron a ser un bloque estático.

A punto de mentar madres o resignarme a pasar varias horas ahí, vi que una camioneta puso reversa y se aventuraba, desandando el camino, por el túnel que se dirigía hacia Carranza.

Inmediatamente pensé que su desesperación e imprudencia iban a causar, ahora sí, un accidente.

No pasó nada. Los coches en los carriles cercanos a este acceso tomaron la misma decisión. Poco a poco, y en completo orden, subían en sentido contrario hacia Carranza. Yo dudé por un segundo y, desde el carril más lejano, tomé la misma salida.

Todos los coches se auto-organizaron. Unos cedían el paso a otros pensando en la mejor manera en la que todos saliéramos de ese embrollo. No hubo quien se atrabancara ni mentara madres, como si una inteligencia comunitaria rigiera.

Ya dentro del túnel pensé que hasta ahí llegaría nuestra aventura pues, una vez saliendo de ahí, nos enfrentaríamos a tres carriles en sentido contrario.

Los carriles del túnel fluían, al salir a la calle mi sorpresa fue mayor. Un transeúnte común, espontáneamente dirigía el tráfico para liberar a los que veníamos en contra del bloqueo.

A pesar de que no tenía ninguna autoridad, todos seguíamos sus indicaciones, cuando nos daba el paso como cuando nos paraba para cedérselo a los demás.

En pocos minutos nos liberamos del bloqueo.

Aún hoy esa imagen me sorprende. Ante la inoperancia de la autoridad o su ausencia, la ciudadanía puede generar alternativas, aunque impliquen irse en contra.

¿En qué otros casos podemos dejar que esa inteligencia comunitaria se manifieste? ¿Podría eso acercarse a la idea de bien común?

(Milenio, marzo 3 de 2009)

La macroplaza como lápida

Pienso que los "remodeladores" (de alguna manera hay que llamarlos) de ciudades deberían pensar que una ciudad es algo orgánico, vivo, palpitante, que forma parte de la vida de sus habitantes, y que mutilarla equivale a mutilarnos a todos un poco. (Cantú de la Garza, en Rangel, 240)

A tomb is a container. In Spanish it is referred to as el *ataúd* (the casket) or *el cajón* (the box). It contains the contaminated remnants of the dead. What is most striking about the *mujeres emparedadas* and the women who were trapped in their underground houses is that their death was their entombment. The men were assassinated had a clearly defined space in which their lives were publicly extinguished, somewhat reminiscent of the public executions of the eighteenth century. The women went straight from life to entrapment. There was no space for discourse. Now, in the late twentieth century, the Macro Plaza further seals away any semblance of the parallel world. The realities of their experiences are erased in the silent protection of *las empresas* (the corporations). The modernity that has brought Monterrey to the forefront of Mexican capitalism carefully pushes down traces of those last gasps of breath. (Hernández, 230)

A Francisco Lugo le desaparecieron un hermano. Se integró al FUNDENL –hoy ya no es parte de, pero sigue colaborando. Lugo me llamó. Me dijo que las madres querían hacer un monumento para sus hijos, querían poner una placa con los nombres de sus hijos, a los pies de la estatua de Francisco I. Madero –que está en los jardines, al costado del Palacio. Pero a Lugo no le gustaba la idea de la placa en el suelo, porque –decía– iba a parecer una lápida. A Lugo le preocupaba ese símbolo: lápida =

darlos por muertos. Dijo que me llamaba para ver si se me ocurría algo. Le pedí unos días. Le devolví la llamada a los tres o cuatro y le dije que nos viéramos, que tenía una propuesta. Mi propuesta era tomar la Plaza del Breve Espacio, intervenir la escultura acristalada con los nombres de los familiares desaparecidos y convocarlos a retirarlos "por su propia mano", hasta recuperar la transparencia (de las superficies acristaladas). Ese "dispositivo de esperanza" se llamaría "la transparencia de la víspera". A Lugo le gustó la idea y me pidió si podía redactar algo breve para explicárselo a las madres del FUNDENL. Lo redacté (lo que le llaman "el poema"). Eran las instrucciones de uso (acaso "poéticas") del dispositivo. En el FUNDENL se organizaron y vaciaron las instrucciones sobre una placa. (Conversación con Rodrigo Guajardo, 26 de abril 2017).

Resignificar lo público en defensa propia

Según Antonio Garza Sastré, director de la Maestría en Urbanismo del Tec, los raptos propios del ejercicio de poder que implica la alianza entre gobierno y la iniciativa privada, manifestos en el diseño urbano, han generado una "carencia de empatía por los demás cuando la ciudad misma no provoca el acercamiento de todos en áreas públicas".

Históricamente el paternalismo de los corporativos ha creado una deuda social y una falta de solidaridad que se manifestaba en la pasividad. Durante décadas las manifestaciones sociales no eran concebidas o, extrañamente, eran los empresarios, apoyados por las familias de distintas clases, quienes salían a las calles a protestar contra políticas públicas federales que afectaban sus intereses.

Pero, son las flagrantes ofensas a la sociedad civil unidas a la inoperancia de las autoridades, lo que generó movimientos como el de Fuerzas Unidas por Nuestros Desaparecidos en Nuevo León (FUNDENL).

Leticia Hidalgo perdió a su hijo Roy el 11 de enero de 2011. Hombres armados entraron a su casa y se lo llevaron.

Después de asistir, en su paso por Monterrey, a la caravana nacional organizada por Movimiento por la Paz con Justicia y Dignidad, en la plaza de Colegio Civil, el 7 de junio de 2011, Leticia, junto con otros familiares de desaparecidos, deciden organizarse.

Tras inútiles rondas por ministerios públicos y barandillas, Leticia conoce el movimiento de bordadoras y deciden bordar en reuniones

cada jueves frente a la catedral. Gracias a la sugerencia de Leticia, se suma, a nivel nacional, el color verde en los pañuelos para representar a los desaparecidos.

Se reunían cada semana a bordar en el kiosco de la Macroplaza, pero otras veces lo hacían afuera de un Juzgado, en una manifestación o en algún acto de gobierno. Lo importante era habitar el espacio público, visibilizar ante los demás esas desapariciones.

En ese resistir e insistir por el espacio público, el 11 de enero de 2014, el tercer aniversario de la desaparición de Roy, FUNDENL decide apropiarse de una plaza pública³⁷, ubicada entre el Palacio de Gobierno y las oficinas del periódico El Norte. En el acto, le sobreponen a la placa original, un poema escrito a propósito de los desaparecidos y, sobre la escultura de cristal diseñada por los arquitectos Agustín Landa y Adán Lozano (Plaza El Breve Espacio, 2001), cada familiar pega el nombre de su familiar desaparecido.

"No un memorial. Un dispositivo de esperanza al aire libre", manifiesta Leticia Hidalgo ese día.

Estos actos simbólicos comunitarios son una forma de recuperar y resignificar el espacio público que le fue raptado a la sociedad no solo por la violencia, sino por la arbitrariedad de la planeación urbana, por la ignorancia e injusticia del Estado.

El movimiento de Bordando por la Paz en Monterrey y la toma de la plaza El Breve Espacio (antes Plaza de los Toreros) para resignificarla como la Plaza de los Desaparecidos, son simbolizaciones sociales colectivas que devuelven el sentido a la vida pública y rebasan la producción artística en que tuvieron su origen (sea el colectivo Fuentes Rojas o el poema de Rodrigo Guajardo, incluso).

No solo por estar en el espacio público; sino, sobre todo, por ser una simbolización colectiva y fuera del alcance de cualquier reducción al capital, Bordando por la Paz o la toma de la Plaza de los Desaparecidos generan un capital simbólico más incómodo, más difícil de anular y en eso consiste su capital crítico.

37 "La transparencia de la vispera". *Youtube*, subido por FUNDENL, consultado el 25 de marzo de 2014 en el sitio de internet: https://www.youtube.com/watch?v=r3aCLnZfj_U&fbclid=IwAR-2VlUmH-3aVFcUgzCFsr7_stbEUFVU_MUH-1ZMAVgIkWgWd8VotYbghvSs

A partir de esta crisis del espacio público por la inseguridad, cambiará la relación con la comunidad y la escala y escenario de estas simbolizaciones comunitarias; la reconfiguración de las relaciones entre la sociedad civil, el Estado y la producción simbólica.

vii. Participación ciudadana

Protesta absurda

A manera de iniciar un movimiento que realice manifestaciones por causas "absurdas", el grupo denominado Colectivo El Narval realizará hoy alrededor de las 13:00 horas un picnic en el área de El David, en el camellón de la Calzada San Pedro.

Luis Álvarez, representante de la agrupación, dijo que buscarán promover la protesta ciudadana aprovechando temas como éste [el retiro de la escultura de El David] para buscar que la gente se acerque y genere manifestaciones civiles.

Aclaró que no se busca externar una postura en contra de la remoción de la escultura, pues buscan reunir personas en eventos como picnics para fomentar el intercambio de ideas entre los ciudadanos y aprovechar eventos similares para extender el movimiento. (El Norte, 27 de octubre 2010)

Parque ciudadano, presupuesto público

1. Estacionamiento del congreso

El Poder Legislativo informó que se construirán en un predio aledaño al Congreso 70 cajones de estacionamiento, dos bodegas, un cuarto de máquinas y oficinas necesarias para los trabajadores del Legislativo, y la obra será sustentable pues contará con jardines en sus paredes y techos. (Multimedios, 5 de enero 2015)

2. (C)omisión permanente del congreso

El 4 de enero de 2015 un grupo de activistas hace un plantón en un área verde contigua al Congreso del Estado para impedir la construcción de un estacionamiento. El campamento se prolongó por 14 días ininterrumpidos para proteger el espacio, impidiendo el proyecto con un costo de 55 millones de pesos.

Finalmente, el 7 de enero, el mismo grupo de ciudadanos interpuso un amparo que derivó, dos días después, en un punto de acuerdo por

parte de la Comisión Permanente que impedía al Congreso proceder de manera legal con la construcción del estacionamiento.

"Hacemos un llamado al Gobierno del estado para que otorgue el comodato al ayuntamiento de Monterrey y sea estipulado como un parque público", dijo la representante de los ciudadanos. (El Horizonte, 17 de enero 2016)

3. ¿Qué ganamos?

La no construcción implicaba el derribo de 30 árboles en una ciudad en donde escasean. Ganamos la experiencia de que en red trabajamos mejor. Cada organización involucrada puso al menos una persona, difusión en redes y mucho corazón en el esfuerzo conjunto por no ceder ni un metro de terreno. Varios habíamos tenido experiencias previas de lucha por espacios que nos han ido arrebatando o que hemos ido salvando, pero sin duda las 3,500 firmas de personas que manifestaron su apoyo, hicieron la diferencia en este caso. Hay que exigir que se haga lo que en verdad se necesita con el dinero público, así sea necesario acampar, recabar firmas o iniciar procesos legales, vale la pena empoderarnos y ejercer los derechos que tenemos, apoyándonos en las demás personas que tienen interés por el bienestar común que, si usamos acertadamente las redes sociales, las podemos encontrar.³⁸

4. Se construirá el parque, ¿se construyó poder o conciencia?

El Comité solicita a esta Soberanía la aprobación de la convocatoria Hagamos el Parque Ciudadano cuyo objetivo será diseñar un parque de bolsillo, aterrizado a un presupuesto tope de 900,000 pesos, respetando la flora actual, debiendo ser accesible e incluyente y estar equipado con la infraestructura necesaria para tal efecto. La ejecución del proyecto se llevará a cabo a través de este Poder Legislativo en conjunto con las organizaciones: Academia Nacional de Arquitectura capítulo Monterrey, Anima Urbes AC, Consejo Cívico, Hola Vecino, la Banqueta se Respeta, Movimiento de Activación Ciudadana AC, Pueblo Bicicletero, Reforestación Extrema, y la ciudadana Celina Fernández. (Diputado Local Marcelo Martínez ante el Congreso del Estado de Nuevo León, 7 de marzo del 2017)

³⁸ Rodríguez, Ana. "Parque Ciudadano". *La banqueta se respeta*, consultado el 11 de enero de 2016 en el sitio de internet: <https://labanquetaserespeta.wordpress.com/2016/01/11/parque-ciudadano/>

El Parque Ciudadano, ubicado en Matamoros y Escobedo, fue inaugurado el 14 de abril de 2018 con un convivio entre asociaciones civiles que protestaron hace tres años por la construcción de un estacionamiento para el Congreso del Estado. (El Norte, 15 de abril, 2018)

5. Aritmética del poder

Presupuesto original para el estacionamiento del Congreso: 55 millones de pesos. Presupuesto para el parque ciudadano: 900,000 pesos.

Espacio público, espacio de diversidad y libertad

Estamos hartos de que la heterosexualidad sea la única opción pública para los que vivimos en la ciudad de Monterrey, porque cualquiera que no acepte esto, tendrá que enfrentarse a todo tipo de burlas y degradaciones, en el mejor de los casos.

David de la Fuente, Lecciones de baile 02

La plaza conocida como Del Comercio, fue bautizada como Hidalgo por moción del regidor Olivo en sesión del 28 de noviembre de 1887 y en 1888 se acordó colocar al centro de la plaza la estatua del padre de la patria. La noche del 25 de febrero de 1894 tuvo verificativo el acto [de inauguración]. (Atisbo, Una Mirada a la Historia, agosto 2010)

La plaza Hidalgo es una plaza pública que se encuentra en el centro de Monterrey. Existe desde el siglo XVII, cuando era llamada la Plaza de la Carne debido a que la gente iba a vender carne y otros alimentos. Es famosa porque ahí, en 1854, fue fusilado Agapito Treviño Caballo Blanco, una especie de *Robin Hood* mexicano. Pasó por muchas transformaciones hasta que en los años cincuenta [del siglo XX] adquirió relevancia al ser remodelada por iniciativa de la comunidad periodística regiomontana. Desde 1980 empezó a ser punto de reunión para gays, lesbianas y trans ya que era céntrica y estaba cerca del *Picadilly*, antro con show travesti que pretendía emular al otro *Picadilly* de Londres. Iban a ligar, convivir y algunos a ejercer el trabajo sexual.³⁹

³⁹ "La chica que caminaba por la ciudad". *El Barrio Antiguo*, consultado el 25 de junio de 2013 en el sitio de internet: <http://www.elbarrioantiguo.com/la-chica-que-caminaba-por-la-ciudad/>

Una tarde de mayo de 2001, con más de 30 grados centígrados en la ciudad, fue el día elegido para salir a la calle y mostrar el orgullo gay. Las represiones de la Policía Regia, los levantones constantes a las mujeres transexuales cerca de la avenida Cuauhtémoc, y el acoso de la Plaza Hidalgo, punto de reunión y encuentro de la comunidad gay en Monterrey, fueron el punto de ignición y las principales demandas de la marcha.

Decían que el alcalde de Monterrey, Felipe de Jesús Cantú, era homofóbico y opresor. Lo cierto es que el edil panista era del ala conservadora y había emprendido un combate en contra de los giros negros instalados en las zonas más deprimidas del primer cuadro donde también se encontraban los vapores y bares gay, por eso Abel Quiroga, considerado como "el activista LGBT de la ciudad" se seguía oponiendo a la realización del evento: decía que la ciudad no estaba preparada para verlos marchar. (Mendoza Luna, 24)

La marcha en la vía pública es una estrategia territorial callejera para promover y difundir valores de la ideología de la diversidad sexual. Hacerse visibles en una marcha comunitaria significa luchar contra el oscurecimiento impuesto por el patriarcado, quitarse las "máscaras" es confrontar la denigración, y el lugar por excelencia para mostrarse es la calle, el lugar privilegiado donde concurren sin pretender ser espectadores quienes están a favor o en contra, o para quienes resulta indiferente el tema de la pluralidad sexual. Al no pasar inadvertida, la marcha irrumpe en la cotidianidad y en el orden establecido. (Contreras Delgado, 55-56)

La plaza [Hidalgo] es uno de esos lugares geográficos que sostienen la tensión ideológica y social de la ciudad. Sus pasillos son como las líneas de un entramado de poderes. Ahí convergen dos grandes males de la ciudad de Monterrey: la homo-trans-lesbo fobia y el clasismo. (Barrio Antiguo, junio 2013)

En el año 2010, el Ayuntamiento de Monterrey intentó desalojar a la comunidad de lesbianas, gays, bisexuales y transexuales de la Plaza Hidalgo, en el centro de la ciudad. El municipio remodeló la plaza con un diseño tal que no invitaba a la gente a permanecer en ella –debido a la ausencia de bancas y la falta de árboles. La intervención del lugar motivó las protestas de esta comunidad y simpatizantes, y se logró reponer las bancas y conservar los árboles. En un acto simbólico –el 5 de mayo del 2011, el día contra la homofobia–, dicha comunidad llevó a cabo su propia reinauguración de la Plaza Hidalgo, y demostró con ello la reapropiación del espacio remodelado. (Contreras Delgado, 57)

Sí al capital, pero en otra conciencia

En septiembre de 2008 se anuncia la construcción de un nuevo estadio para los Rayados. En una entrevista, unos días antes, José Antonio Fernández Carbajal, Presidente y Director General de FEMSA, declaró "el nuevo inmueble deportivo será una obra de gran valor y beneficio para la sociedad, como todas las acciones que emprende el consorcio regiomontano, siguiendo el ejemplo de sus capitanes, Eugenio Garza Lagüera y Eugenio Garza Sada".

El nuevo estadio se construiría en un terreno de 25 hectáreas perteneciente al parque público La Pastora.

Desde su anuncio, en el que se presentó la maqueta, el estadio estuvo sometido a cuestionamiento y a irregularidades en el proceso. Por ubicarse en una propiedad pública de vocación ecológica requería tanto la cesión de la propiedad por parte del gobierno estatal, como de la aprobación de SEMARNAT para construirlo. Ninguno de estos trámites estaba aprobado en la fecha de este anuncio.

En enero de 2010 se constituye el Colectivo Ciudadano de Defensa de La Pastora, su lema era "Sí al estadio, pero en otro lado". Debido a la naturaleza pública y ecológica del terreno emprende una oposición bajo dos argumentos, uno político para defender el bien público y uno medioambientalista. Ambos instrumentados por dos estrategias. La defensa legal consistía en demandas, impugnaciones y denuncias ante PROFEPA, SEMARNAT y un tribunal administrativo federal. La defensa política estaba definida por protestas públicas y procesos de concientización. (Peredo, 29)

Además el Colectivo siguió una estrategia de comunicación social, a través de redes sociales (Facebook, YouTube y un blog)⁴⁰ con la que contrarrestaba la fuerza con que los medios masivos defendían al proyecto.

A dos años y medio de haberse anunciado el proyecto (marzo del 2011) la SEMARNAT rechaza la solicitud que FEMSA había presentado unos días antes para el cambio de uso de suelo, pues las coordenadas que están en el decreto otorgado por el Congreso del Estado a FEMSA, seis

⁴⁰ Peredo, Ximena. "Una gran burla: paisajismo del estadio BBVA Bancomer-FEMSA". *Si al estadio, pero en otro lado*, consultado el 10 de julio de 2015 en el sitio de internet: <http://siales-tadioperoenotrolado.blogspot.com/>

meses antes, están equivocadas. De haberlo aprobado, el estadio sería construido en un terreno a 28 kilómetros de distancia de La Pastora.

En mayo de ese mismo año, en vez de seguir otra vez todo el trámite (que duraría casi un año, recordemos que eran fechas electorales, tanto para gobernador como de presidente), FEMSA reingresa la papelería ante la SEMARNAT, solo "borrando y corrigiendo" las coordenadas de la concesión anterior del predio. (Tapia, 78). Tres meses después la SEMARNAT entrega el permiso para la construcción del estadio a FEMSA.

El 27 de agosto de 2011 se lleva a cabo la Marcha de las preguntas. Una manifestación pública desde el centro de Monterrey hacia las instalaciones del corporativo de FEMSA, cuyo objetivo era cuestionarlo públicamente, ¿por qué en un espacio público?, ¿por qué, si tienes capital suficiente, no compras un terreno para tu estadio?, ¿por qué en un espacio de vocación ecológica?, ¿qué otros intereses tienes con los mantos acuíferos de este predio, tú, que necesitas tres litros de agua para producir un litro de cerveza?

La justificación con la que FEMSA defendió la sesión de un espacio público es que su operación "tendría una utilidad pública"⁴¹. Para FEMSA esto significa "el derrame económico, la generación de miles de empleos y, en general, el legado en el que se convertirá este gran proyecto, servirá de impulso para mejorar las condiciones de vida de los regiomontanos y el desarrollo de nuestra comunidad".

Siete años después de presentar públicamente el proyecto, la maqueta y salvar una serie de obstáculos a la vista de la sociedad, el 2 de agosto de 2015, con una inversión de 200 mdd, una capacidad de 53,500 espectadores y con la totalidad de los abonos para la temporada vendidos, se inauguró el estadio BBVA Bancomer.

No se impidió la construcción del estadio en esa zona. No se salvó parte de ese bosque que oxigenaba un área urbana. No se impuso el estado de derecho ante las alianzas entre los poderes fácticos y el Estado. Tal vez el mayor logro de este movimiento fue "fortalecer el activismo social en Monterrey, denunciar lo que no nos parece, indignarse, resistir, proponer,

⁴¹ "Apuesta Femsa a la ignorancia con respuesta a políticos de NL que expresaron oposición el Estadio en La Pastora". *Si al estadio, pero en otro lado*, consultado el 18 de noviembre de 2011 en el sitio de internet: <http://sialestadioperoenotrolado.blogspot.com/2011/11/apuesta-femsa-la-ignorancia-al-publicar.html>

movilizarse y probar que se está dispuesto a participar en soluciones y en la toma de decisiones que afectan la vida pública". (Tapia, 81)

¿Rebelión obediente?

Rebelarse no tendría ningún sentido. Las cosas están bien como están.

Pablo Landa (sobre unos jóvenes de la colonia Cuauhtémoc)

1. Nuevo León, primer estado con un gobernador independiente

¿Qué historia estamos haciendo?

Sigo pensando en el fenómeno Nuevo León... ¿toma de conciencia, hartazgo, voto de castigo, atrevimiento de la ciudadanía regia?...

Algo no encaja en ese discurso... algo falta...

Pienso en la impasibilidad que, por años, nos ha caracterizado... en la indolencia de la mayoría de nosotros frente a los desaparecidos, el sabino gordo, a los 51 del Casino Royale, a los cuerpos mutilados de Cadereyta...

De repente imaginé las filas frente a las casillas para "romper récord" de participación electoral... el "festejo" en la macro como en cualquier triunfo de los equipos locales o del tri...

Entendí que la revuelta para la mayoría de nosotros no es manifestarse, enfrentarse y afrontar al poder cuando nos violenta...

Entendí que aun para "rebelarnos" somos obedientes, hacemos fila... esperamos nuestro turno... respetamos la misma estructura que nos somete...

(Post de Facebook, 10 de junio de 2015)

2. La noche de los ideales rotos

Apuntes sobre la manifestación del 5 de enero del 2017. 20, 000 asistentes.

Convocan en distintos puntos de la ciudad: Estadio de los Tigres; Estadio BBVA; Auditorio San Pedro, Colegio Civil. Algunos desde ahí, se van en coche.

Se dice que 30 infiltrados toman el tinglado e irrumpen en el Palacio.

Los demás se sientan en la explanada tratando de evidenciar que la manifestación es pacífica.

No hay "líderes". No hay discursos que los representen. No están las autoridades en el Palacio.

"Ese no es el pueblo", corean los manifestantes cuando los "anarcos" empiezan a violentar el Palacio.

Fuerza Civil no interviene.

Unos corean "Fuera Peña", por el gasolinazo; otros sincopan "Fuera el Bronco", por no anular el predial.

Una camioneta de Multimedios atropella a dos personas que le impiden el paso y huye. Tres coches de los medios son atacados violentamente por los manifestantes.

Los medios solo reportan los disturbios sin hacer distinguos.

Días después, en una nueva manifestación, una joven les entrega flores a los policías.

Una activista que, el día de la manifestación dijo que en el templete faltaban discursos de representatividad, días después, da un discurso complejo en renuncia al poder de la representatividad.

★

Ordenados y organizados para dar una imagen de gente civilizada (llevaban incluso bolsas para ir recogiendo la basura generada por la confluencia ciudadana), miles de jóvenes se manifestaron contra el gasolinazo. De la plaza del Colegio Civil caminaron hasta el Palacio de Gobierno.

Ahí los esperaba un templete para manifestar posturas y arengar a los presentes. No hubo ideas, ni acuerdos ideológicos. Solo cuando un grupo de reventadores empezó a agredir y llamar a la agresión reaccionaron sentándose en la plaza y gritando, "nosotros somos pacíficos", mientras los reventadores destruían los vitrales del Palacio.

¿La pasividad, cuando no hay claridad ideológica, es confundida con pacifismo?

viii. ¿Conciencia petrificada?

Memoria fosilizada

*

Memoria fosilizada, 1998, pieza del colectivo SEMEFO (Teresa Margolles, Carlos López, Anibal Peñuelas y Arturo Angulo), ganó la Bienal Monterrey, de FEMSA, en su cuarta emisión.

En la pieza "reunieron 2 mil 423 objetos que portaban 246 personas al momento de morir en forma violenta, mismos que 'empacaron' en una placa de cemento de 10 x 240 x 240 cm. 'Recopilamos los objetos en diferentes morgues del país, fueron donados por los familiares de víctimas de suicidios y asesinatos', describe Angulo."⁴²

*

Como parte de la Colección FEMSA, se presentó dentro de su última emisión, la XII Bienal FEMSA 2017.

¿Qué pasó en la ciudad en estos últimos casi 20 años?, ¿cómo altera la lectura de esta pieza el presentarla dentro de un contexto institucional frío, en la misma sala con piezas que estetizan ¿críticamente? los valores de la empresa: una pintura al óleo del edificio de la cervecería Cuauhtémoc, un abstracto con los colores de Oxxo, una botella de Coca-Cola (solo faltó el mural Sol, de Gabriel Orozco)?

¿Una placa de concreto institucional se impone sobre, y neutraliza su representación simbólica?

*

Piedra que Cede, 1992, plastilina, 36.8 x 39.4 x 40.6 cm. Gabriel Orozco.

Piedra que Cede, fue creada para una exposición colectiva en 1992, Si Colón Supiera, en el Museo de Monterrey. La obra consiste en una bola sólida de plastilina gris que pesa lo mismo que el artista. Se llevó

⁴² Núñez, Mario. "De entre mil 514 obras se eligió a los ganadores de la Bienal Monterrey 98". *La Jornada*, consultado el 02 de mayo de 1998 en el sitio de internet: <https://www.jornada.com.mx/1999/05/03/cul-bienal.html>

rodando por las calles de Monterrey, recogiendo tierra, escombros y piedras en su superficie.

.

¿Memoria fosilizada o piedra que cede?

¿Cuánto nos falta para convertir las plazas públicas en algo más que una placa de concreto? ¿Cuánto nos falta para darles voz y vida, antes de ser sepultados en ellas, como una memoria fosilizada dentro de un museo?

Capítulo 5

Ciudad fracturada

Violencia: entre naturaleza
y desarrollo, entre
desarrollo y sociedad

*Con mucha exageración quizá, pero exacto en
múltiples sentidos, [la Monterrey] se le podría llamar
el valle de la desilusión.*

Raúl Rangel Frías

*¿Regresó el río magnífico? Remover su antiguo
lecho, inundar y ahogar la ciudad.*

Georges Londeix

*La frontera es un espacio peligroso, expuesto a
la violencia. Al interior de la ciudad, la calle es
su equivalente: es el lugar en el que desaparece
la seguridad de la esfera doméstica y puede
suceder lo inesperado: peleas, asesinatos, revueltas
públicas, toda suerte de transgresiones.*

Pablo Landa

Silencio. Sin tranquilidad el capital huye.
Vicente Lombardo Toledano, sobre Monterrey

Fundación por la violencia

Una ciudad que, a lo largo de 14 años tuvo que ser fundada tres veces, ya desde su origen marca un sino.

El mito regiomontano ha creado, alrededor de esto, “el carácter” de resistencia ante lo hostil de la naturaleza. Lo que subyace alrededor de este mito es una vulnerabilidad que, alrededor de ella – para no reconocerla, para ocultarla– construye un poder monolítico, una cultura de violencia soterrada.

Esa violencia que irrumpe, que fractura los lazos sociales, los estamentos que construyen ciudad y sociedad, es el ser regiomontano.

i. Fuentes violentas

Una condena de la zona

En una capa fechada alrededor de 3000 a. C., los arqueólogos encontraron casi un metro de grava, correspondiente a una o varias inundaciones gigantescas en las cañadas bajas de la Sierra Madre. Epstein concluye que dichas inundaciones eran de tal magnitud que hubieran destruido casi toda evidencia de ocupaciones humanas previas en la zona de río abajo. El evento señala el inicio de un periodo de mayor pluviosidad que duró por lo menos medio milenio en este sitio. (Murray, 24)

Los particulares diluvios

La localización, entre dos sistemas montañosos (Sierra Madre Oriental y el cerro de las Mitras) exponen a la ciudad a las continuas y violentas crecidas del río que la cruza y se encañona.

1. El origen del desierto

En 1612 la ciudad queda prácticamente destruida tras una inundación y se reconstruye en un punto más alto. (Landa, 83)

Fue la misericordia de Dios tan grande, que cuando, menos daño pudo recibir la gente, envió tanta agua, el mes de septiembre del año treinta y seis [1636], que parece se abrieron las cataratas del cielo y rompieron las fuentes del abismo de las sierras, según las bocas que por ellas reventaban. Y a no saber de fe, según la palabra de Dios, no había otra vez de anegar el mundo en general, se pudo temer su ira, porque no privó los particulares diluvios.

Este temor fue grande en este reino; que si bien veían los muchos desagües que tiene en tantos ríos, veían a éstos salir de madre, llevándose las arboledas de sus riberas; desgajándose de las sierras las peñas, en las reventazones que hacía el agua, causando pavor y miedo. Derribó todas las casas de Monterrey y las iglesias, dejándolo hecho un desierto. (Alonso de León: 1649, en Rangel, 29-30)

La mayor tragedia en la historia de Monterrey [inundación de 1909] arrasó zonas muy extensas de la ciudad y el número de víctimas, que nunca ha podido precisarse, se estima entre 3,000 y 5,000.

Con anterioridad a esta gran inundación de 1909, el río había causado daños considerables el 8 de octubre de 1881 y el 15 de agosto de 1903. Unos días antes de la gran inundación, el 10 de agosto de 1909, el río había traído una avenida que destruyó muchas casas en el barrio de San Luisito y que hizo algunas víctimas. (Vizcaya, 131)

2. Un cauce de pobreza

Basta con que el visitante salga del perímetro del canal (Paseo de Santa Lucía) para que se tope con barrios empobrecidos del centro que poco tienen que ver con la imagen de la ciudad global, dando lugar a una arquitectura difusa y discontinua, donde solo se renuevan ciertas áreas de la ciudad, creando enclaves urbanos. (Moreno Zúñiga, 99)

3. Inundados de "el agua de oro"

La peor inundación ha sido esta inundación de cerveza que fundó la ciudad por cuarta vez.

*

Debe haber sido la sed –una sed física–; una necesidad orgánica de apagarla con una bebida refrescante y estimulante, lo que a fines del siglo XIX indujera a un puñado de mexicanos avocados en el pequeño Monterrey a asociarse para fundar lo que habría de ser la empresa matriz. (Novo, 1965; s/n)

Inundación y creencia

1. Caudales enfrentados

La Virgen Chiquita [de la Purísima] salvó a la ciudad de una inundación en 1757, cuando "una zapatera la puso de cara al torrente que venía desde el Cañón de la Huasteca y vio las aguas dividirse". (Landa, 10)

Esta misma virgen fue destruida por estudiantes "anticlericales" en época de Calles.

★

Después de asistir al desfile cívico deportivo, con que se celebró esa fiesta nacional [la Revolución, 20 de noviembre de 1934], un grupo de muchachos alquiló un camión, se proveyó de una cadena y como tenían la tarde libre, solicitaron y obtuvieron permiso para "salir a dar la vuelta". Enfilaron hacia Diego de Montemayor entre 15 de Mayo y Juan Ignacio Ramón y al llegar frente a la estatua de la Purísima, dos de ellos se bajaron, pasaron la cadena alrededor, la amarraron en la defensa posterior del camión y dieron marcha. Naturalmente la estatua de piedra se cayó y se hizo añicos. (Mateo A. Sáenz, Anecdotario, 108-109, en Salazar, 46).

Una confrontación natural y otra ideológica parecen ser las fuentes de la violencia en que se arraiga la ciudad.

2. Huelga y huracán

El 24 de agosto [de 1938] entregaron 24 emplazamientos a huelga por solidaridad, el día 26 se votó por un paro indefinido en la Federación de Trabajadores del Norte.

Debido a un huracán ese día llovió torrencialmente y a causa de un recodo en el río Santa Catarina a la altura de la Quinta Calderón (Restaurant El Tío) se inundaron las colonias María Luisa y El Mirador (las colonias aristocráticas de esos años). En algunas casas el agua alcanzó hasta un metro. Las lluvias no impidieron que el conflicto de la Tipografía Comercial llegara a un punto de choque, que implicó la intervención del Gobernador. La amenaza de huelga general se anunció otra vez por la CTM y el 28 de agosto esta central convocó a paralizar la industria local.

Las lluvias persistieron, ocasionando el día 28 de agosto la peor inundación del río Santa Catarina desde 1909. *El Porvenir* encabezó su edición del 29 de agosto así: "Como en 1909 el río Santa Catarina está amenazando de muerte a la ciudad de Monterrey". El río arrastró tejabanos y automóviles, paralizó los trenes que iban a Tampico. Se rompió el vaso de la presa de Herreras y se desbordó el río Pesquería. El Gral. Guerrero [gobernador de Nuevo León] comunicó el desastre al presidente Cárdenas. *El Porvenir* narró el acontecimiento: "Escenas espantosas e inenarrables en la calle Humboldt. Las aristocráticas residencias fueron invadidas por la embravecida creciente. Noche de angustia y dolor en los hogares de Monterrey. Por tres rumbos diferentes abrió brecha el río y penetró a la ciudad, las pérdidas se calculan en medio millón de pesos. Muchas

factorías registran pérdidas cuantiosas. La creciente agobió a la colonia Independencia, sigue aumentando el número de víctimas."

El río causó un gran desastre, pero salvó a Monterrey. El primero de septiembre desapareció la amenaza de huelga. (Zapata, 76-77)

ii. Industria y violencia

Naturalización de la violencia

La narrativa histórica, hegemónica, naturaliza la violencia casi fundacional de una sociedad que la necesita o recurre a ella para subsistir, para imponerse frente a:

1. Las tribus bárbaras
2. Los ataques del gobierno central
3. Ideologías que contravienen –obstaculizan– los intereses del capital

Guerra, contrabando y capital

1. La agresión a los indígenas es pragmatismo

[En el siglo XIX] con la expansión de los Estados Unidos, algunos de los grupos indígenas del medio oeste, como los apaches y los comanches, comenzaron a migrar hacia el sur y muchos de ellos entraron al norte de México. Estos grupos se enfrentaron a menudo con los pobladores de la región con lo que se exacerbó el ambiente de inseguridad. Ya que el gobierno mexicano no estaba preparado para hacer frente a esta situación, los habitantes del noreste de México se descubrieron solos ante el peligro, lo cual los orilló a que se volvieran cada vez más individualistas, pragmáticos y regionalistas. En términos políticos, esto se tradujo en un agresivo federalismo. (Landa, 45)

2. Contrabando como justicia

Unos años antes de que Vidaurri tomara el poder, en 1848, dado que los impuestos al comercio continuaban siendo altos, pronto floreció el contrabando hacia y desde los Estados Unidos, el cual era visto como una actividad de hombres no sólo valientes, sino también justos, por oponerse a un gobierno que esperaba lealtad a cambio de poco más que nada. (Landa, 46 y 47)

Metáforas enajenantes

1. La ciudad es producto del trabajo

El río se hinchó materialmente [en la inundación de 1909], como si algunos pulmones gigantesos insuflaran sus ondas y su corriente, que con velocidad inaudita, con rapidez vertiginosa, corría a destruir el fruto de una labor de muchos años, corría con ferocidad felina a derribar lo que el trabajo levantaba, sacrificando energías, voluntades y esperanzas. (Oswaldo Sánchez, en Rangel, 114)

2. El sujeto es producto de la industria

El regiomontano, cuando no es hombre de saber, es hombre de sabiduría. Sin asomo de burla podría afirmarse que es un héroe en mangas de camisa, un paladín en blusa de obrero, un filósofo sin saberlo, un gran mexicano sin posturas estudiadas para el momento, y hasta creo que un hombre feliz. ¡Finura y resistencia como el acero famoso de nuestras fundiciones! ¡Levedad y frescura como en la bebida efervescente de nuestras cervecerías famosas! (Alfonso Reyes, 1942, en Rangel, 147)

3. La ciudad es una máquina

El usado cordón paralelo de hierro-tranvía de mulas, es arrancado junto con las baldosas negras de las canteras del Topo Grande, en su lugar el concreto y el asfalto uniformaron las calles. Monterrey creció y se subió a las lomas del sur y derramó caseríos, negocios y empresas por las llanuras del norte. Y un universo de productos de fluir constante, como el tiempo, como el palpitar del corazón, surgen el cemento y el ladrillo y la pintura, y tubos y harinas y telas, vidrios, peltres y focos. La ciudad se convirtió en una máquina certera. (Rangel, 129)

La destrucción de la ciudad

La ciudad de la primera industrialización (es decir, la industrialización prerrevolucionaria) hizo cuanto pudo por borrar la vieja ciudad vernácula. Medio siglo más tarde aún se vivía en el mismo espíritu, aunque varias claves de la nueva modernidad ya eran distintas o se habían sofisticado con las teorías del Movimiento Moderno; entonces la ciudad de la segunda industrialización (la industrialización posrevolucionaria, sucedida sobre todo entre las décadas de 1940 y 1960) vio su turno de imponerse sobre la vieja ciudad heredada de la primera industrialización, para lo

que ejerció una intensa sustitución inmobiliaria que aspiraba a anular lo precedente, con más razón si recordaba su modesto pasado vernáculo y pueblerino. Nótese que en ambos casos la abundancia de capitales fue el vehículo en que estas metamorfosis tuvieron efecto. La etapa que vivimos desde los años ochenta es la tercera ola destructiva; desde el lugar del patrimonio podría decirse que todas han sido devastadoras; pero la profunda diferencia respecto de las dos anteriores es que mientras en aquellas se buscaba construir y "completar" una ciudad (en otras palabras, "mejorarla"), en la actual, la sustitución "por algo mejor" es solo una variable perfectamente prescindible. Ahora la lógica es el capital por el capital. La ciudad es el teatro de las operaciones financieras, y para que tengan lugar es lo mismo una casa de sillar de dos pisos, una bodega de block, un cine monumental, un edificio de veinte pisos, una residencia californiana, un sitio arqueológico o un predio baldío. (Casas, 67)

El enemigo que es Monterrey

Escribo estas líneas en el sitio donde se reúnen estudiantes y obreros ferrocarrileros, vagos, desplazados de la vida y jóvenes en busca de fortuna, o por lo menos, de un lugar en el mundo.

Un grupo de muchachos puros, rebeldes y desesperados, con el difícil pecado de la inteligencia auestas, combaten con la lealtad, el provincialismo y la torpeza y pelean también contra el enemigo de Monterrey que la ciudad alberga en su seno y hace crecer como árbol simultáneamente mediocre, maldito, poderoso y soporífero. (José Alvarado, 1956, en Rangel, 206-207)

Cerveza como blindaje social

1. La División del Norte

Puede ser un mito, pero se dice que en octubre de 1913 las fuerzas revolucionarias que entraron a tomar control de la ciudad, no triunfaron por esa defensa simbólica que constituyó la cervecería. Ubicada en la entrada norte de la ciudad, la cervecería se instituyó como un conveniente fortín para las tropas. Ante la tentación que representaba para la turba

revolucionaria, el inventario de miles de litros de cerveza⁴³ se convirtió en la mejor defensa de la ciudad. Se dice que los soldados del ejército constitucionalista desoían las órdenes de sus superiores y estaban tan indispuestos que fueron derrotados por las fuerzas federales de Victoriano Huerta.

2. Militantes... y borrachos

Lo más común era que los propios trabajadores proporcionaran argumentos legales para sus despidos mediante la costumbre de beber el producto de su trabajo. Como aseguraban muchos activistas [sindicales] locales –y admitían la mayoría de los trabajadores de la Cuauhtémoc– los empleados se ganaron una reputación de "borrachos". De hecho, algunos ex militantes atribuyen la relativa pasividad de los operarios de la cervecería a esta peculiaridad de su trabajo. Los operarios hallaban modos astutos de beber cerveza en el trabajo. Estos hurtos eran una práctica bien conocida y tal vez aceptada por la directiva, pues facilitaba el despido de los trabajadores problemáticos. (Snodgrass, 329)

3. Ahogados en una inundación de cerveza

La cerveza representa el 94% del consumo de bebidas alcohólicas en México. Cuenta con un millón de nuevos consumidores cada año. Un promedio de 49 millones de botellas al día.

Monterrey es la ciudad que consume más cerveza en México, es la número 16 a nivel mundial y se toman alrededor de 72 litros por persona al año. De acuerdo a estudios realizados por Food for Thought y Statista, el 52% de los regiomontanos prefieren la cerveza.

Estas cifras se reflejan con otras que no son tan alentadoras, pues es la población de Monterrey la que tiene el porcentaje más alto, un 23.7%, de beber en exceso.⁴⁴

43 "Historia Secreta Monterrey Parte 4". Youtube, subido por Edmundo Pérez, consultado el 25 de mayo de 2009 en el sitio de internet: <https://www.youtube.com/watch?v=6cETLihjXU>

44 Redacción. "Monterrey es la ciudad en México donde más se toma cerveza". *Excelsior*, consultado el 29 de abril de 2016 en el sitio de internet: <https://www.excelsior.com.mx/nacional/2016/04/29/1089610>

Corrientes dominantes

Los movimientos de oposición política que emergieron en aquella época [gobierno de Bernardo Reyes] fueron reprimidos, en ocasiones brutalmente. En 1903, por ejemplo, durante una protesta en la plaza Zaragoza, un grupo de francotiradores abrió fuego contra los manifestantes desde la azotea del Palacio Municipal, hiriendo de muerte a muchos de ellos. (Landa, 52)

Don Eugenio pensó que había que darle solución rápida al problema [protestas, expulsión de alumnos, huelga de hambre, paros de escuelas]. Lo que había empezado como una pastorela en la que los alumnos habían insultado y se habían mofado de los directivos del Tecnológico y de él, estaba rompiendo la unión entre los consejeros. Por lo que pensó que, así como el Tecnológico había expulsado a los estudiantes, era el momento de hacer lo propio con los jesuitas que laboraban y estudiaban en el Tecnológico. En 1970 el último profesor jesuita dejaría el instituto y la orden abandonaría la casa que les fue construida en la colonia Caracol. (Recio Cavazos, 283)

El propósito de los aparatos de Estado [en los setenta], era contener la actividad de los grupos políticos; y en eso no había diferencia entre el propósito de la Dirección Federal de Seguridad, la Policía Judicial del Estado o el Departamento de Inteligencia del Grupo Cervecería. Eran los mismos y no sólo entre ellos, sino que estaban relacionados con la inteligencia americana, eran un solo cuerpo, trabajaban coordinados y la información era compartida.⁴⁵

⁴⁵ Osorno, Diego Enrique. "La familia Garza Sada sabía del atentado". *El Barrio Antiguo*, consultado el 15 de septiembre de 2013 en el sitio de internet: <http://www.elbarrioantiguo.com/la-familia-garza-sada-sabia-del-atentado/>

iii. Unión y rasgadura

Puentes y fracturas

1. ¿Integrados por el capital?

El puente de San Luisito, inaugurado en 1908, unía dos partes de la ciudad a menudo incomunicadas por las crecientes del río Santa Catarina. Era una estructura de acero techada, con comercios a los lados; un puente convertido en arcada comercial. El vincular de manera definitiva el barrio popular de San Luisito –habitado principalmente por obreros originarios de otras partes del país– y el aristocrático centro de la ciudad era un acto congruente con la voluntad de apertura e integración de la sociedad regiomontana. (Landa, 51)

2. El lado oscuro de la misma moneda

Los puentes para vehículos en las ciudades son espacios con una doble arquitectura: la primera está ligada a la finalidad de facilitar el rápido transporte vehicular; la segunda actúa como cobijo, como lugar de tránsito o reposo del grupo social más desprotegido. Esta arquitectura es solo el otro lado de la misma moneda. (García, 83)

Ciudad estrangulada

Al estudiar de codos sobre la radiografía que nos entrega la torre del Palacio Federal, se van observando, uno a uno, los males estructurales de la ciudad.

Esta se aventaja por la aterosclerosis prematura de sus calles estrechas, sin elasticidad para un tráfico que a medida que se acrecienta, más se entorpece y enreda.

El tajo brutal, reseco e irregular de la cuenca vacía del Santa Catarina deforma y deprime el crecimiento de la ciudad hacia rumbos que no pueden cruzarse por falta de puentes sobre el río de piedras y de arena.

En el viejo centro citadino, se siente la asfixia de las casas apretujadas, sin espacios abiertos, sin parques ni jardines en número proporcionado a la categoría de la urbe. (Herrera Carrillo: 1948, en Rangel, 170)

El viajero que sabe que la ciudad de Monterrey nació a la vera de unos manantiales, imaginará encontrarlos en medio de algún jardín, bajo las frondas de un viejo parque o en el centro de una plaza espaciosa. ilusión vana! (Herrera Carrillo: 1948, en Nuncio, 61)

Gilberto, conciencia y aprendizaje

[Gilberto] un monstruoso huracán que dejó noventa muertos, cuarenta mil damnificados y daños por más de 150 mil millones de pesos. (Zapata, 139)

1. Temer al agua

150 personas perdieron la vida en cinco autobuses mientras cruzaban el río Santa Catarina; 6 policías murieron al intentar rescatar a los pasajeros varados en los autobuses. Los residentes de Monterrey se quedaron sin electricidad y agua potable, y la mayoría de las líneas telefónicas se perdieron.

No existía en Nuevo León una Dirección de Protección Civil. Fue Mario Quintanilla, asistente del entonces Secretario General de Gobierno, Natividad González Parás, quien se hizo cargo de organizar, junto con los jefes de corporaciones de bomberos y policía, a los elementos para emprender labores de rescate.

En voz del ex gobernador Jorge A. Treviño, las instituciones y los ciudadanos parecen haber aprendido la lección principal: "La adversidad puede ser domeñada, pero no menospreciada."

El meteoro que realmente enseñó a los regiomontanos a temer al agua, fue Gilberto.⁴⁶

2. De lo que el agua es capaz

Considerado el mayor huracán del siglo XX, en giro inesperado el 17 de septiembre de 1988, el huracán Gilberto entró a Nuevo León con lluvias torrenciales y vientos de 296 kilómetros por hora, arrasando con todo lo que halló a su paso.

⁴⁶ Autor invitado. "Gilberto" enseñó a NL el verdadero terror al agua". *Zócalo*, consultado el 17 de septiembre de 2013 en el sitio de internet: http://www.zocalo.com.mx/new_site/articulo/gilberto-enseno-a-nl-el-verdadero-terror-al-agua-1379433699

Colonias enteras de Santa Catarina y San Pedro desaparecieron literalmente de la noche a la mañana.

Uno de los hechos más recordados por la ciudad fue el de los cinco autobuses que, al dirigirse a la carretera a Saltillo, fueron desviados hacia Morones Prieto y, al llegar a la altura de Miravalle, fueron arrastrados por la corriente del río Santa Catarina.

Tras el paso del Gilberto se fortalecieron los organismos de Protección Civil, se construyó la Presa Rompepicos y la gente tomó conciencia de que el agua es capaz de matar, lo cual ha ayudado a salvar muchas vidas en posteriores fenómenos naturales. (Multimedios, 17 de septiembre 2015)

Lo que mata no es la bala...

1. Lo económico

La industria automotriz se trasladó hacia los países emergentes, pero no solo en su parte de producción o proveeduría, sino también modificó los modelos de consumo hacia estas áreas, como una forma de fortalecer la industria. (IMPLAN San Pedro, 37)

2. La velocidad

El sistema automovilístico hace de la velocidad una conveniencia, sobreexpone a los conductores a la ilusión de un dominio del tiempo y de la distancia a partir de la velocidad, y en ese entrecruzamiento transcurre gran parte de la vida social cotidiana de quienes así se conducen y en general, de nuestras sociedades. (Fouquet e Irazuzta, 93)

Nuevo León ocupa el primer lugar nacional en accidentes de tránsito. De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en el año 2015 se presentaron en México 378,232 accidentes de tránsito. Mientras que ese año, reporta la fuente, en el estado de Nuevo León se registraron 86,110 percances, es decir, el 22.76 por ciento del total nacional; con casi 50 mil accidentes más que el segundo sitio, Jalisco, que cerró ese año con 38,788 accidentes. Del año 2010 a 2015 sumaron más de 75 mil personas heridas en accidentes de tránsito.⁴⁷

⁴⁷ Cubero, César. "NL, el primer lugar en accidentes vehiculares". *Milenio*, consultado el 25 de marzo de 2017 en el sitio de internet: <https://www.milenio.com/estados/nl-el-primer-lugar-en-accidentes-vehiculares>

3. Partículas suspendidas

Para 2012, según la Organización Mundial de la Salud, Monterrey ocupó el segundo lugar a nivel nacional en cuanto a partículas suspendidas (PM10). Este año [2013] con datos de la misma organización, mantuvo el segundo lugar en partículas menores a 10 micras (PM10) y el primero a nivel nacional en contaminación por partículas menores a 2.5 micras (PM2.5). (IMPLAN San Pedro, 39)

4. Soy mi coche

En San Pedro Garza García la población no ha crecido; pero, en contraste, lo ha hecho el parque vehicular. En este municipio, la mayoría de los viajes son realizados en autos con un solo pasajero, creando una mayor demanda de vías públicas que si se utilizara el transporte público. La venta de carros se ha sostenido, ocasionando que, desde el año 2010, el número de carros registrados en este municipio haya superado el número de habitantes.

En San Pedro Garza García, la dependencia de la población sobre el uso individual del auto se puede deducir de la relación entre el total de vehículos registrados (122,144) y el total de la población (122,000), lo cual implica una tasa de un vehículo por habitante (incluyendo a los menores). (IMPLAN San Pedro, 44)

5. Fierros retorcidos

En la primera plana del periódico *El Norte* [diciembre 4 del 2005] se destaca que Nuevo León es el estado con el índice más alto de accidentes de coche del país (19%, según el INEGI). Acompaña la nota una foto a casi media plana de un montón de coches chocados y abandonados en el corralón.

Si bien, a primera vista, las carrocerías deformadas, llenas de óxido, los cristales rotos, se relacionan con el abandono, con la fealdad; estas son ya una estética de nuestro tiempo.

En esta estética se mezclan la tecnología con el erotismo, la velocidad, el poder, la tragedia, el riesgo, el dolor y la muerte. El coche protege y proyecta la individualidad y es el exoesqueleto que se pone en contacto con el otro. El coche es también el signo de la ciudad, de su caos, su decadencia, su potencial y sus peligros.

Esta estética está ya tan asimilada que, incluso, fue utilizada por el municipio de San Pedro, en Nuevo León, en su campaña para concientizar a los jóvenes sobre los excesivos choques: una serie de modelos jóvenes con moretones, heridas, collarines, en una mezcla de sofisticación del mundo de la moda y la estética del peligro y el choque. Su eslogan es –emulando tal vez aquel “Soy totalmente Palacio”–: “Soy imprudente” y añade “Los choques por alcance están de moda”.

¡Quién sabe si el mensaje, en este caso, sea eficiente u opere al contrario! Es decir, ante tanta insistencia hacia una estética de la decadencia y la violencia que, a la par de la morbosidad, despierta nuestro placer y nuestro deseo, ¿se promueve la conciencia o se promueve el riesgo, el deseo de choque, la atracción hacia la velocidad y los fierros retorcidos? (tecnostalgia, 2005)

iv. Violencia real y simbólica

Antimonumentos

Ahora es evidente que en las periferias el diálogo es reemplazado por la violencia.

Paul Virilio

Las ciudades son ese tejido orgánico donde se van tramando y se trazan las necesidades, deseos e intereses de los distintos grupos sociales que las sobreviven.

En este espacio social dialogan los distintos discursos comunitarios con ese discurso que intenta privatizar el espacio público a través, no sólo de la publicidad omnipresente, sino de los proyectos de desarrollo inmobiliario y de los edificios corporativos y de oficinas que definen de manera determinante el perfil de la ciudad. Dialogan, además, con los proyectos de desarrollo urbano que constituyen el discurso de la autoridad gubernamental, siempre en complicidad con el aprovechamiento y la ganancia en plusvalía de los terrenos privados favorecidos por éstos.

Como todo discurso de poder, en la ciudad el discurso económico y el político se construyen a la distancia de los auténticos intereses de la comunidad y se le imponen como condena.

A falta de espacios de discusión donde puedan cuestionarse los sistemas de dominación social, son las colonias marginadas, los terrenos invadidos convertidos en asentamientos irregulares, las calles tomadas por el comercio ambulante o por el tráfico ilegal de cualquier producto o servicio, los cotidianos atascos de tráfico que derrochan las horas productivas o de ocio recreativo de miles de sus pobladores, lo que constituye un discurso crítico ante ese trazado autoritario de los gobiernos sobre el espacio público.

La inseguridad es hoy la simbolización más evidente de esa distancia entre las aspiraciones del gobierno y la vitalidad social. Su presencia ridiculiza y pone en evidencia toda demagogia.

Más allá de la contundente herida que significará para el perfil urbano la construcción ostentosa del puente atirantado (puente de la unidad) o el

proyecto ya realizado del parque fundidora-pista cart, la administración de Fernando Canales está siendo significada por el trazo de las ejecuciones de los distintos cárteles del narcotráfico producto de la lucha por la posesión del territorio del estado. Esta presencia del narco en la ciudad pone en entredicho y cuestiona la simbolización que tanto el gobierno y la iniciativa privada pretenden hacer de Monterrey como ejemplo de desarrollo para el resto del país, vanguardia industrial ajena a la corrupción de la sociedad.

Hoy, más que nunca, estos actos de ajusticiamiento representan el discurso crítico a la incapacidad y el distanciamiento del estado de las reales demandas sociales. El único acto de gobierno en respuesta es la represión (retenes del ejército, prohibición de la transmisión de los narcocorridos).

Pero cada una de las 19 ejecuciones que se han perpetrado este año, marca un itinerario que, por darse al margen de los puntos de referencia oficial de la ciudad (faro del comercio, Macroplaza, planetario alfa, marco, aeropuerto...), constituyen un descentramiento, un desafío, al trazado autoritario. Y se erige, cada uno, como una conciencia social que marca las calles de la ciudad con una placa que conmemora, como en un anti-monumento, esta situación crítica: intervención urbana, respuesta vital de una comunidad dinámica. (velocidad crítica, 2002)

Ordenamiento y destrucción

1. Señalización vial

Con la finalidad de simplificar y ordenar las señalizaciones viales de Nuevo León, Long-Tree Consultoría y Desarrollo Inmobiliario da a conocer el desarrollo e implementación del primer "Estudio de Planeación Estratégica de Señalización Alfanumérica para el área metropolitana de Monterrey", y de hecho, el primero en su tipo en América Latina.

Brinda a las zonas conurbadas un nuevo lenguaje de asociación de ideas para el fomento de la inversión programada y sistemática de nuevas vías alternas que faciliten la movilidad de la población. En el caso del área metropolitana de Monterrey, con este proyecto de planeación estratégica se podrá pasar de una red actual primaria y sobresaturada de cerca de 400 kilómetros lineales a una red integrada de poco más de 1,000 kilómetros en el mediano plazo, asimismo, se estandariza el tipo y calidad de los

indicadores viales bajo un diseño moderno con un concepto innovador que facilita la lectura y orientación para el conductor, y con ello una mejor circulación vehicular. (El Norte, 6 de noviembre 2007)

2. El Alex

La infraestructura fundamental para la funcionalidad de la zona metropolitana de Monterrey, que tomó décadas construir, fue destruida en cuestión de horas por la incesante avenida de agua que llenó ríos, cañadas, arroyos y presas. (Bravo, 94)

El Alex tocó tierras regias la noche del miércoles 30 de junio de 2010, dejando 15 personas fallecidas y daños valuados en 16,896 millones de pesos.

Los dos principales ejes viales que comunican la zona metropolitana de oriente a poniente fueron cerrados. El cauce del río Santa Catarina, que normalmente está seco, se desbordó y provocó el desgajamiento de varios tramos de las avenidas Morones Prieto y Constitución; más tarde se convirtieron en un solo sentido. Además 100 puentes vehiculares registraron afectaciones.⁴⁸

Más de 160,000 personas se quedaron sin agua potable en Monterrey.

"La ciudad quedó colapsada por el fenómeno más fuerte de su historia", dijo el gobernador Rodrigo Medina.

El alcalde de Monterrey, Fernando Larrazábal, dijo que podría tomar hasta tres meses rehabilitar las vías principales de la ciudad.⁴⁹

⁴⁸ "Alex, el huracán que hace 5 años golpeó a Monterrey". *Multimedios*, consultado el 01 de julio de 2015 en el sitio de internet: <https://www.multimedios.com/telediario/local/alex-huracan-anos-golpeo-monterrey.html>

⁴⁹ Gil, Inma. "El huracán Alex se fue pero Monterrey sigue sufriendolo". *BBC*, consultado el 06 de julio de 2010, en el sitio de internet: https://www.bbc.com/mundo/lg/america-latina/2010/07/100705_0356_huracan_alex_monterrey_dias_despues_fp.shtml

Desarticulación y nodos

1. Ciudad quebrada

La zona donde vivo se vio seriamente afectada con el huracán Alex. Cuatro de los cinco cruces del Río Santa Catarina que la conectaban con las otras zonas de la ciudad fueron arrasados por la corriente crecida.

Al ir a dejar a mis hijos a la escuela (un tramo de 15 minutos), el regreso a la casa se volvía un atorón de más de una hora. Después de algunos días sufriendo este tráfico y por la pérdida de tiempo ocasionada por la aglomeración de la entrada a la zona de colegios, decidí aprovechar mi tiempo.

En vez de regresar a mi casa, me fui a un café, enciendo mi computadora y empiezo a trabajar. Después de una hora, tomo mis cosas y el trayecto volvía a ser de 15 minutos pues el atorón de tráfico había cedido.

A más de un año, la ciudad sigue en reconstrucción y el nuevo trazo (puentes, complejos viales) sigue en proceso sin dejar ver, si la desarticulación de la ciudad se resolverá.

2. La ciudad virtual

Los desplazamientos por la ciudad, sobre todo en horas pico, siguen requiriendo de una planeación previa, una consideración sobre zonas, nudos, tramos en construcción, alternativas, rodeos.

La ciudad sigue dislocada por la reconstrucción y ese esperar en los cafés para hacer tiempo se ha vuelto parte de la rutina.

Ese continuo trabajar en los cafés me ha hecho evidente 1) el funcionamiento como nodos de esos lugares y 2) cierto paralelismo entre el plano vial y el virtual.

Si la ciudad está hecha para el desplazamiento, su desarticulación ha hecho surgir nodos donde la gente en vez de desplazarse, ralentiza su movilidad para aprovechar mejor su tiempo.

Estos nodos proveen además de un espacio neutro, público, una infraestructura tecnológica que permite mantener la conectividad para reactivar la movilidad ya no a nivel físico, sino a nivel informático.

En esos cafés se hacen llamadas vía celular, se revisan y contestan emails, se trabajan documentos que más tarde se presentarán en reuniones de trabajo.

3. Desarticulación social

La existencia de estos nodos públicos que operan como estaciones de trabajo me permite buscar la desarticulación en otro nivel.

No solo la ciudad está desarticulada, fracturada. Lo que antes fue "una sociedad de industrias y empresas", ahora es la ciudad del trabajo flexible.

Aquel sistema de prestaciones, de empresa que proveía beneficios "superiores a los de ley" para sus trabajadores, se desarticuló y echó a la calle a miles de trabajadores que ahora cargan con su oficina portátil y trabajan sin el amparo de una empresa.

Estos nodos operan como oficinas públicas donde este ejército invisible de trabajadores desplazados encienden sus laptops y en una mesa de café hacen las llamadas que les permiten vender su trabajo.

El huracán Alex más que desarticular, evidenció la falta de planeación y el deficiente trazo urbano que, desde siempre, ha tenido la ciudad.

Esos nodos de espera, ralentización de la movilidad real y activación de la movilidad tecnológica evidencian la desarticulación de la planta productiva. Y en ésta no vemos ninguna reconstrucción, ningún complejo o puente que vuelva a conectar a esa masa de desempleados o en movilidad. (Suicidio virtual, 15 de octubre 2011)

Violencia blanca

1. El caudillo

Platicando con dos amigos españoles sobre los últimos acontecimientos en Monterrey, me hice consciente de temas importantes: el caudillaje y la violencia ejercidos por los corporativos.

Recordé un pasaje en el que Fuentes Mares narra cómo, en los setenta, época de la guerrilla urbana y los secuestros, Eugenio Garza Sada (Don Eugenio) decidió armarse y cargaba, además de su guardia personal, con un revólver.

Fuentes Mares apunta "La resistencia que opuso el anciano hombre en su intento por defenderse con la vieja pistola que portaba, desató la balacera en la que el empresario fue abatido."

Esta coincidencia del caudillo empresarial ("capitán de la industria") y la decisión de armarse hay que considerarla hoy como origen de muchos de los problemas que aquejan a la ciudad.

Tanto Alex Saragoza, como Lylia Palacios han estudiado cómo la política de bienestar de los empresarios generó una fidelidad entre los trabajadores y los pobladores de Nuevo León hacia los esquemas ideológicos del capital y contra cualquier política social del gobierno.

Aun con la crisis de los setenta que amenazó con la quiebra de estos corporativos, con los cambios en sus políticas de beneficios y su transición hacia el trabajo flexible, la solidaridad no sólo de los trabajadores sino de la población entera sigue fiel a los corporativos y hostil hacia el gobierno.

Nadie está muy consciente que esta "falsa consciencia" (basta con ser trabajadores, aspirar a vivir bien, encerrados en el individualismo competitivo) es una forma de violencia simbólica por la frustración que implica para la mayoría de la población y las desigualdades que produce.

Nadie parecemos estar muy a gusto con este aislamiento social, con esta solidaridad a la empresa que nos impide participar políticamente y unirnos para demandar nuestros derechos.

Son sintomáticas esas voces que piden "volver al Monterrey de antes": trabajador, pacífico, tranquilo. Un Monterrey pacificado ideológicamente por la búsqueda de capital que, en parte nos condujo a esta situación social que hoy padecemos. Ese volver al Monterrey de antes es un regreso a un pasado estabilizado por la obediencia.

2. Guardias blancas

Ese Monterrey pacífico de antes siempre ha sido un Monterrey armado.

Desde los setenta hay gente armada transitando las calles en convoyes. No es el ejército. Son grupos paramilitares. Son las guardias personales de los empresarios.

No es secreto que tras la muerte de Eugenio Garza Sada los corporativos son asesorados por especialistas israelíes para formar sus grupos de protección y hacer su labor de inteligencia.

Desde los setenta es cotidiano ir por la calle y que se nos cruce y nos saque del carril uno de estos autos blindados para abrirle paso al empresario, la esposa o los hijos de éste.

Desde hace muchos años, dentro de las universidades privadas hay armas... de los guaruras que acompañan, a veces hasta dentro del salón, a algunos estudiantes. En ciertas colonias, fuera de las casas o los restaurantes, cerca de parques, están estacionados estos hombres armados platicando, esperando ser requeridos.

El enfrentamiento en el Colegio Americano, en 2010, evidenció que estos grupos de protección conforman un ejército que ronda las calles de la misma manera que los narcos y la policía federal.

Somos rehenes de este enfrentamiento violento que apareció en las calles de Monterrey, no hace unos años, sino que ha estado presente por décadas, aunque naturalizado por ser parte de esa cultura empresarial y de ¿paz? que queremos que se restablezca. (Suicidio virtual, 21 de septiembre 2011)

Violencia simbólica

1. Con nuestra colaboración

La violencia simbólica implica la imposición sutil, la aceptación voluntaria, a través de sistemas simbólicos (la escuela, la cultura, los medios), de una percepción del mundo que reproduce –como si fuera algo normal– las desigualdades que favorecen sólo a unos cuantos, sin resolverlas, contando incluso con nuestra colaboración.

El deterioro social en Monterrey, se manifiesta en la violencia no sólo de los cárteles y del ejército en las calles, sino la violencia simbólica tanto del gobierno como de las empresas que siguen solo interesadas en el capital, más que por construir lazos sociales que fortalezcan a las comunidades en lo cultural.

2. Diferencias abismales

Nuevo León es el estado más rico del país, pero a la vez el que tiene el mayor nivel de desigualdad entre sus habitantes en materia de ingresos. La brecha de ingresos entre el 10% de su población más rica y el 10% de su población más pobre es de 33.5 veces, de acuerdo con la Encuesta

Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 2016, elaborada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).⁵⁰

Una guerra en la ciudad

Con el inicio del nuevo siglo el espacio público tiene en el narco un nuevo actor que rompe y reconfigura la tradicional relación entre gobierno e iniciativa privada.

Unos días después de su forzada toma de posesión (diciembre, 2006), en un intento de legitimarse, Felipe Calderón se viste de militar y, en Michoacán, declara la guerra al narcotráfico. El objetivo de esta guerra, según declaró el Secretario de Gobernación, Francisco Ramírez Acuña, es "la recuperación de los espacios públicos que la delincuencia organizada ha arrebatado". Esa recuperación se convirtió en una militarización del país. Solo dos meses después se "pone en marcha el Operativo Nuevo León".

Nada nos preparó a los diferentes actores del espacio público, para lo que la ciudad experimentó los años siguientes.

A principio del 2009, el libre tránsito por las avenidas de Monterrey quedó mermado por los retenes y una nueva estrategia de los cárteles, los narcobloqueos.⁵¹ Además, para generar presión hacia el gobierno, aparecieron "los tapados". Jóvenes y mujeres con niños pequeños que –"por 500 pesos y útiles escolares", se dijo⁵² – bajaban de las colonias marginadas, la Independencia y otras, y tapaban las calles principales de la ciudad pidiendo la salida de los militares. Los bloqueos duraban horas. La autoridad solo llegaba a la zona, pero no intervenía. Esta estrategia fue calificada por un miembro del Instituto de Ingeniería Civil de la UANL,

⁵⁰ Cantillo, Paulo. "Este es el estado más inequitativo del país". *Dinero en Imagen*, consultado el 05 de septiembre de 2017 en el sitio de internet: <https://www.dineroenimagen.com/2017-09-05/90539>

⁵¹ Arroyo, María Alejandra. "Nueva ola de narcobloqueos trastorna varias horas las vialidades de Monterrey". *La Jornada*, consultado el 16 de agosto de 2010 en el sitio de internet: <https://www.jornada.com.mx/2010/08/16/politica/015n1pol>

⁵² Arroyo, María Alejandra. "Erosiona el narco la sociedad de NL". *La Jornada*, consultado el 26 de agosto de 2010 en el sitio de internet: <https://www.jornada.com.mx/2010/08/26/estados/030n1est>

como "terrorismo vial", dado que unos cuantos paralizaban el flujo de cerca de 50, 000 automóviles (75, 000 personas), según sus cálculos.

La ciudad y la sociedad civil de Monterrey, nunca fue mejor representada que por esa multitud de coches varados inútilmente por horas. Esto nos enfrenta a una realidad urbana de las fuerzas que se confrontan. Dos grupos que ocultan su rostro: los tapados y las fuerzas federales, ambos embozados para evitar represalias personales o contra su familia y las autoridades locales que no se atreven a dar la cara. Y la población que antes era espectadora, ahora es actora y, al ser tomada de rehén, es sacada de la indiferencia de sus coches y no se siente representada por ninguno de estos grupos.

El narco instituyó, en "la ciudad más industrial y productiva del país" una economía otra que competía con y cuestionaba la economía dominante. Basada en un principio común, "la industria de la experiencia" a través de las drogas (legales o ilegales); arraigada, la mayoría de las veces en un mismo espacio público, el Barrio Antiguo; ellos no a través de la especulación inmobiliaria y su plusvalía, sino por la expropiación del espacio público a través del "cobro de piso".

Según un reporte del Cónsul de Estados Unidos en Monterrey, estos bloqueos representaban "un desafío al Estado porque demuestran que el narco puede paralizar la ciudad a su conveniencia."⁵³

De enero de 2008 a junio de 2011 se registran 1,400 muertes en Nuevo León. Solo en 2010 se registraron 620.⁵⁴

Ante esto la comunidad se repliega y abandona el espacio público, dejándolo a merced de estos grupos enfrentados. El Barrio Antiguo que, cada fin de semana y desde el jueves, se volvía zona peatonal donde se volcaban los jóvenes a transitar de un antro a otro, se volvió un desierto, por el cobro de piso y la injuriosa presencia del narcomenudeo. La ciudad vivía en estado de sitio.

⁵³ Petrich, Blanche. "Duda cónsul de EU de eficacia del Ejército en lucha antinarco". *La Jornada*, consultado el 10 de febrero de 2011 en el sitio de internet: <https://www.jornada.com.mx/2011/02/10/politica/006n1pol>

⁵⁴ Castillo García, Gustavo. "Pugna Zetas-Golfo ha causado mil 400 muertes en Nuevo León". *La Jornada*, consultado el 17 de junio de 2011 en el sitio de internet: <https://www.jornada.com.mx/2011/06/17/politica/009n1pol>

Una carne asada en la que ardemos todos

El 25 de agosto de 2011, a mediodía, un convoy de 4 autos regó gasolina en la entrada del Casino Royale, a pocos metros del complejo vial Gonzalitos, y prendió fuego para amedrentar a los dueños que no estaban de acuerdo con, o al corriente del, cobro de piso que el narco les imponía. El incendio tardó en contenerse varias horas. En el atentado murieron 52 civiles, mujeres en su mayoría.

El acto causó la indignación de la sociedad civil y de autoridades a nivel nacional e internacional.

En indagatorias posteriores, autoridades municipales y los dueños del casino entraron en una guerra por deslindar responsabilidades entre permisos de operación y las salidas de emergencia bloqueadas.

La indignación social llegó a su límite y se manifestó en una marcha contra la inseguridad frente al palacio de gobierno estatal el domingo siguiente al suceso.

Las marchas se continuaron por meses hasta que se desgastaron por falta de interlocutor claro.

El gobierno federal respondió a este ataque con "más de lo mismo". Envío 3,000 efectivos más entre miembros del ejército y policías federales.

El 25 de agosto de 2012, en los Jardines de Cervecería Cuauhtémoc, FEMSA organiza una Mega Carne Asada. Estos eventos que se vienen organizando desde hace varios años, son una forma de congeniarse con su comunidad.

Pero este regalo, "celebración", para su comunidad, de la cual vive su negocio, esta vez ignora un dato sensible. El mismo día que se realiza la Mega Carne Asada, se cumple un año exacto del incendio y la muerte de 52 ciudadanos en el Casino Royale.

Ni en la mente más siniestra es posible pensar lo que los expertos en comunicación y mercadotecnia de cervecería simbolizaron ese día. La mayor ofensa –por ignorancia y falta de sensibilidad– hacia los familiares, todavía con la herida muy fresca de la muerte de sus víctimas.

Un antimemorial cinico en el espacio público donde todavía no se habían enfriado las brasas.

Capítulo 6

Del Campus al Distrito Universitario

Proyectos sociales
corporativos: gentrificación
a través de universitarios
y universidades

*No hay calle donde no se vea algo en construcción.
Es increíble el precio que los terrenos han alcanzado
en la ciudad.*

**Periódico La Voz de Nuevo León, 23 de marzo
de 1895**

*Las modificaciones en el centro de la ciudad han
estado vinculadas a un discurso que lo define
como un lugar sucio, decadente y peligroso; ahora
mismo hay una tercera ola presionando por "la
reconstrucción del tejido social" en el corazón de
la ciudad saqueado por el miedo y malbaratado a
beneficio de las inmobiliarias.*

Rebeca Morano Zúñiga

*La universidad más cercana a las empresas
mexicanas [el Tec de Monterrey] se renueva. Busca
que sus egresados sean más ciudadanos, más
emprendedores y menos arrogantes.*

**Texto de portada de la revista Expansión,
noviembre, 2011**

*Estamos de manera creciente construyendo
ciudades para que la gente invierta, en vez de
ciudades para que la gente viva y la calidad de la
vida en ellas declina.*

David Harvey

Ciudad, conocimiento y marca

En las universidades coincide el ordenamiento urbano desde la pequeña escala del campus; hasta tener la posibilidad de diseñar, producir a la ciudad, con el conocimiento y el poder que en ella se genera.

En su discurso sobre la ciudad, los estudios, los gobiernos, los urbanistas y los corporativos imponen su manera de "hacer ciudad".

No hace falta construir un solo muro. Hoy, a través del discurso –con un giro social– se puede convertir cualquier ciudad en marca, disfrazando de beneficio social cualquier interés inmobiliario.

i. Construcción, oasis del capital

El trazo de las calles

Se conoce el verdadero carácter expresivo de los nombres de las calles cuando se los compara con las propuestas de reforma para su normalización.

Walter Benjamin

¿La lógica del capital se refleja en los nombres de las calles de Monterrey?

1. Secularización

Antes de la política represora del catolicismo del régimen posrevolucionario, en Monterrey comenzaron a secularizarse los espacios públicos. La calle de San Francisco, por ejemplo, que conducía al antiguo convento, se convirtió en la calle Melchor Ocampo, en honor al fiero defensor de la Ilustración francesa en tiempos de Juárez. (Landa, 25)

2. Ejes del capital

Los ejes ciudadanos trazan la trascendencia de la producción industrial de Monterrey. Un orden micro del trazo del comercio nacional. La ciudad como un centro trazado por la ruta sur-norte de la capital hacia Estados Unidos y de la oeste-este de las zonas mineras del norte hacia el puerto de Tampico que conducía por vía marítima hacia el mercado europeo.

*

El Ferrocarril Nacional, de terminales en México y Laredo, recorría por su línea principal, cerca de 1,300 kilómetros, Querétaro, San Luis, Saltillo y Monterrey. El Internacional de Piedras Negras a Torreón, pasando por Monclova, tendió ramal a Monterrey; y el del Golfo unía a Monterrey con Tampico. (Novo, 1965, s/n)

Las calzadas Unión y Progreso enlazaban las industrias más nuevas e importantes del momento –Cervecería Cuauhtémoc, Vidriera Monterrey y Fundidora de Fierro y Acero de Monterrey– con las estaciones del Ferrocarril Nacional de Monterrey al golfo de México, y en conexión con el Ferrocarril Central Mexicano. (Espinosa Morales, 40-41)

Las calles Unión y Progreso, establecidas en la época porfiriana, pasaron a ser Madero y Pino Suárez en la época posrevolucionaria.

3. Calles y desigualdad

Por burla, quizá habíamos dado a las calles nombres que simbolizan la igualdad de razas y de condiciones. Reforma Agraria, Constitución, Madero, Juárez. Nuestros padres habían inaugurado sobre la espléndida avenida a lo largo del río, un busto en bronce de Juárez, el vencedor de Maximiliano, el legislador, el laico, pero lo habían puesto tan bajo, al pobre, que su cabeza a la altura de nuestros neumáticos tenía el aspecto de un cacto monstruoso, trataba de salir de la tierra para vivir de nuevo, comprobar la injusticia o ser él mismo la víctima; nuestras ruedas, detrás de él, le aventaban salpicaduras de lodo rojo al rostro, o mejor, lo cubrían de polvo cuando pasábamos a cien por hora hacia nuestras colinas residenciales. Estas están tan lejos, en la periferia, hacia la cordillera y el cañón de San Pedro, al abrigo de las emanaciones del álcali de la ciudad química, al norte. Al Norte, donde se encontraban los barrios más miserables, sin calles, sin agua, sin electricidad. (Georges Londeix, 1964, en Rangel, 221- 222)

La construcción de la ciudad

El comercio nutría una boyante industria de la construcción. La Compañía Manufacturera de Ladrillos de Monterrey comenzó sus operaciones en 1890, y poco después tuvo cuatro competidores. Para 1905 ya había dos cementeras que satisfacían la demanda local, y la mayor, Cementos Hidalgo, era una importante proveedora para todo el país. Por estos años se construyó un aserradero, los canteros abrieron talleres, las fundiciones producían una variedad de productos metálicos y los carpinteros y plomeros se mantenían ocupados en actividades de construcción que señalaban prosperidad de la ciudad. (Saragoza, 64)

Apenas hay un sitio que no muestre un monumento nuevo, apenas hay calle que no ostente un nuevo edificio. Para adorno de la capital los unos, para su provecho los otros, pues que todos responden a una necesidad imperiosa, vienen a llenar un vacío, y aumentan todos, el prestigio de la ciudad, como una ciudad completa. (Monterrey News, 16 de septiembre de 1919, en Casas, 67)

Los Ojos de Santa Lucía, oasis del capital

1596.

Las claras aguas de los Ojos de Santa Lucía han sido vinculadas a la historia de Monterrey desde los orígenes de la ciudad. Alberto del Canto, descubridor del espléndido valle de Extremadura, asentó en su ribera, en 1577, un lugar que fue llamado Santa Lucía, antecedente, el más remoto, de nuestra ciudad. Cinco años más tarde, en 1582, en la margen norte del Ojo de Agua Grande, Luis de Carvajal fundó la villa de San Luis, segundo nombre de lo que habría de ser Monterrey.

Despoblado el reino, Diego de Montemayor, uno de los suyos, volvió, y con doce familias, fundó en el mismo sitio la Ciudad Metropolitana de Nuestra Señora de Monterrey, el 20 de septiembre de 1596. (Cavazos, 15)

1948.

Hace algunos años, Don Santiago Roel proponía la creación de parques y jardines al margen del arroyo. Pero los propietarios ribereños se apresuraron a ampliar sus edificios, tragándose los espacios abiertos. Frustraron, contra sus propios intereses y contra los intereses de la ciudad, este magnífico proyecto. No supieron ver lo que la ciudad hubiese ganado con un paseo público ni su propia ganancia con edificios al frente de este parque frustrado. (Herrera Carrillo: 1948, en Rangel, 172)

1996.

A principio de los noventa se ejecutaron los planes de renovación del centro histórico: el Paseo Santa Lucía (primera etapa) y el Barrio Antiguo con la intención de promover la construcción comercial y habitacional en la zona, pero ninguno cumplió con su objetivo. La primera etapa del Paseo no fue habitada por residentes sino visitada por las clases populares como lugar de esparcimiento y ocio, y el Barrio Antiguo no devino en un área cultural con cafés y galerías de arte, sino en la zona de bares frecuentada por universitarios los fines de semana. (Moreno Zúñiga, 25)

2007.

El Paseo Santa Lucía, un cauce de 2.5 kilómetros entre la Macroplaza y el Parque Fundidora, fue inaugurado el 15 de septiembre por el presidente de la República, Felipe Calderón Hinojosa. Se realizó dentro de las obras preparatorias al Fórum Universal de las Culturas.

2008.

La Comisión [de oposición en el Congreso del Estado] pidió un listado de los propietarios de la zona [de Santa Lucía], y encontró que muchos de ellos eran miembros de la clase política en funciones, familiares del gobernador González Parás o miembros de familias adineradas.

Una sola familia, la del senador priista, Eloy Cantú (antes Secretario de Desarrollo Económico), recibió una indemnización de 13 millones 882 mil pesos por la "afectación de 2 mil 70 metros de una propiedad más grande ubicada en el trazo del canal".

La especulación urbana se dio gracias a que muchas de las indemnizaciones se pagaron una vez que el Paseo de Santa Lucía ya había arrancado. Así, por ejemplo, la empresa ELIBO, de la cadena Oxxo, compró un terreno en tres millones de pesos y, al año, fue indemnizada con 12 millones de pesos. (Moreno Zúñiga, 111)

2009.

En sus márgenes [del paseo Santa Lucía] se construyó el desarrollo inmobiliario, La Capital.

Éste es el primer megaproyecto con inversión privada que pretende detonar el desarrollo de esta zona turística, que originalmente fue concebida para incluir áreas comerciales, de esparcimiento y residenciales.

El desarrollo inmobiliario, denominado Capital Santa Lucía, está planeado para arrancar en el segundo semestre del 2010 y contempla 1,075 departamentos, oficinas, un mol y 10 salas de cine, que podrían estar listos para los primeros meses del 2012.

Capital Santa Lucía ocupará los 10 mil 263 metros cuadrados de la manzana comprendida entre el Paseo Santa Lucía y las calles Washington, Félix U. Gómez y Héroes del 47. (El Norte, 13 de noviembre del 2009)

2011.

Pabellón M.

Especificaciones: altura: 182 metros; superficie del predio: 17,000 m²; inversión: \$1,200 millones; duración de obra: 35 meses; usos proyectados: hotel, auditorio para 3,500 personas, museo de cera, áreas comerciales y oficinas.

Mientras realizaba trabajos de excavación en el predio ubicado en Constitución y Juárez, la constructora a cargo del proyecto privado se encontró con un manto freático a una profundidad menor a los siete metros que había previsto.

Cientos de metros cúbicos de agua inundaron la excavación que inició apenas en diciembre pasado para preparar la cimentación de la torre, proyectada para alcanzar 182 metros de altura.

"Esto lo que genera, para ellos y para nosotros, es que se suspende no tanto la excavación, pero sí el proyecto, porque se le solicita que se haga una revisión del estudio estructural de la cimentación para que presenten de nuevo la revisión de su trabajo" señaló Norma Contreras, Secretaria de Desarrollo Urbano y Ecología municipal.

Con sus 182 metros de altura, el Pabellón M ha sido publicitado como el edificio más alto de Monterrey, aunque también está en planes de construcción un inmueble aún mayor, la Torre Santander, que alcanzará 198 metros en el cruce de Ocampo y Cuauhtémoc. (El Norte, 27 de febrero 2011)

ii. Campus y ciudad

¿Estudias o trabajas?

En Monterrey hay la fiebre del estudio, el anhelo y el afán santo de aprender; miles de niños y jóvenes ocurren a centenares de centros de educación, escuelas de medicina y de leyes, de comercio, de idiomas, de telegrafía, de química, de electricidad. Todo el mundo trabajando, todo el mundo instruyéndose, sin parar un punto, asiduamente, vertiginosamente. Las ideas marxistas, con sus huelgas, con sus exigencias, con sus disminuciones de horas de trabajo, y demás, han prosperado poco en Monterrey. La urbe es el gigante laborioso que no tiene tiempo para andar pensando en comodidades y en tonterías. A trabajar se ha dicho. ¡A estudiar! Parece que en la mente de cada regiomontano germina la idea de que el único factor de bienestar y de progreso es el trabajo; el trabajo honrado, que evita los malos pensamientos, las venganzas personales, el malsano deseo de castigar al patrón, a un mayordomo. Y parece que la urbe se encuentra bien, que todo el mundo trabaja y descansa a su tiempo, pues que sobran las diversiones. ¡Apenas si se ven desocupados o mendigos en la calle!, y entiendo que las cantinas son en número muy inferior. (Encarnación Brondo Whitt: 1937, en Rangel, 130)

Colonia Cuauhtémoc

Una de las primeras acciones que emprendieron [la Sociedad Cuauhtémoc y Famosa] (SCYF) en 1918 fue la de repartir casas desmontables de fácil embalaje para solucionar temporalmente el problema de habitación. En 1923, más de 50 empleados habían recibido las viviendas portátiles, de los cuales 14 eran mujeres. (Recio Cavazos, 88)

En 1926, el proyecto alcanzó otra dimensión. Fue el siguiente paso en el proceso de vivienda: la adquisición de terrenos para la creación de una colonia exclusiva de la cervecería. La idea permitiría aumentar rápidamente el número de casas para dotar en el menor tiempo posible a más trabajadores. Las casas prefabricadas y desmontables comenzaron a ser historia y la primera colonia Cuauhtémoc llegó a contar con todos los servicios: luz, drenaje, agua potable, pavimentación y áreas verdes. (García Ramírez, 147)

A principios de 1929 la empresa presentó ante el gobierno del estado de Nuevo León los planos de la colonia que proponía desarrollar entre las calles Cuauhtémoc y Guerrero; en colindancia con la cervecería, contaba con jardines, parques y campo deportivo. Un año después el gobierno del estado aprobó la colonia para obreros que la cervecería propuso y la empresa se dio a la tarea de pavimentar las calles, sembrar árboles, determinar y ubicar los lotes, para ofrecerlos a la venta a los empleados. La colonia que ya en aquellos años se llamaba Cuauhtémoc tenía una superficie de 130 mil metros cuadrados, de los cuales se proponía dejar 23 mil para la construcción de parques. Además, el proyecto contaba con sistema de alumbrado público y drenaje. (Recio Cavazos, 89)

El paternalismo industrial también cambió con los tiempos, apoyándose en las prácticas anteriores e igualando los beneficios que obtenían los sindicatos militantes. La cantidad de trabajadores en vivienda subsidiada por la empresa, por ejemplo, aumentó al doble durante los años treinta a medida que se desarrollaba la colonia Cuauhtémoc en los terrenos cercanos a la planta. (Snodgrass, 323)

Fue en los años cincuenta, sin embargo, cuando se construyó la colonia Cuauhtémoc, la más acabada expresión de la visión social de los capitanes de industria de la ciudad. La traza de la colonia fue diseñada por Antonio Joannidis, entonces profesor en la escuela de arquitectura del Tec de Monterrey; se desarrolla en torno a las avenidas Titán y Famosa que concentran el tránsito y ordenan una serie de *culs de sac*. Desde el centro de la colonia, la avenida Famosa es una calzada que enmarca las instalaciones de HYLSA. En un terreno plano, alejado de las montañas que caracterizan y significan el paisaje de Monterrey en otros puntos, HYLSA, con su enorme maquinaria de metal oxidado, se yergue como montaña sagrada. (Landa, 36)

Ésta tendría una característica fundamental que la distinguiría de las monótonas unidades habitacionales inauguradas posteriormente por el gobierno: las construcciones serían diferentes entre sí. Los trabajadores podían acudir a la colonia y elegir tres tipos de vivienda. Incluso gozaban de la libertad de proponer a los arquitectos la forma en que deseaban construir sus casas. (García Ramírez, 149)

En esta colonia se logró lo que fue imposible en los complejos de vivienda del gobierno: mezclar familias con distintos niveles de ingreso; las empresas del Grupo Monterrey hicieron vecinos a sus obreros y mandos medios. (Landa, 38)

La crisis mexicana —del cambio del siglo XX al XXI— y su recuperación tuvieron un precio. Forzados a reducir costos, la nueva generación de industriales de Monterrey redujo sus ofrecimientos paternalistas. El paternalismo perduró, pero se detuvieron los desarrollos habitacionales, las prestaciones se recortaron y las fiestas fueron esporádicas. Los incentivos que le dieron nacimiento al paternalismo, desde los sindicatos militantes hasta un gobierno entrometido, habían dejado de existir.

Además, a medida que crecía la ciudad, la élite regiomontana trasladó sus hogares y oficinas a los nuevos enclaves suburbanos y aparentemente “desconocen dónde y cómo viven sus obreros”. (Snodgrass, 394)

El distanciamiento social se hizo abismo. Las nuevas generaciones empresariales viajan en avión privado y conocen Aspen, Nueva York y París mejor que Monterrey.

Desconocen dónde y cómo viven sus obreros, así mismo lo que se siente subirse a un camión o a una pesera, salvo que entren a la política. (Zapata, 91)

Poder más allá de las puertas de la fábrica

Al poniente de la iglesia [San Juan Obrero] se encuentran las oficinas de la Federación Nacional de Asociaciones Sindicales Autónomas (FENASA), organización de los sindicatos blancos de las empresas del Grupo Monterrey. Al sur de la iglesia hay una plaza dedicada por los colonos a don Eugenio Garza Sada poco después de su muerte. Así, el centro ceremonial de la colonia [Cuauhtémoc] reúne sus poderes y símbolos principales: la iglesia, el estado-sindicato y la memoria de su héroe-fundador. Tanto las instituciones del gobierno como sus símbolos son ajenos a este espacio, en el que el grupo empresarial más prominente de la ciudad en el siglo XX se presenta también como la principal fuente de autoridad. (Landa, 37)

Tanto obreros como empleados habitaban las colonias ahí desarrolladas durante los años veinte y treinta. Los residentes de las colonias elegían a supervisores de los departamentos de embotellar y talleres generales como presidentes de su junta de mejoras materiales. La cervecería ofrecía las instalaciones de la empresa para los festivales auspiciados por las juntas para recaudar fondos para pavimento, banquetas y alumbrado

público. Dichos esfuerzos extendían el paternalismo más allá de las puertas de la fábrica. (Snodgrass, 100)

Más allá de las puertas de la fábrica, la policía de la empresa patrullaba los barrios cercanos, echando a los activistas laborales conocidos, mientras que los espías-trabajadores vigilaban a sus colegas en las cantinas, los salones de baile y otros espacios públicos. Un operario de cervecería, por ejemplo, perdió su empleo cuando un informante lo vio en un mitin de la CTM. (Snodgrass, 323)

Del campus a la ciudad

1. Una pequeña ciudad que detona la ciudad

Entonces no había en el país ninguna ciudad universitaria. Hubo que esperar diez años para que Miguel Alemán, después de visitar el Tecnológico, tuviera la idea de fundar la Ciudad Universitaria en la ciudad de México (García Ramírez, 185)

El diseño del campus [del Tec] fue encomendado a Enrique de la Mora en 1945. La solución que propuso el arquitecto no fue menos audaz que la [del templo] de la Purísima. El Tec, por su parte, fue el primer campus universitario en el país y, como tal, la obra fundacional de una tipología con una historia ilustre en México.

La tradición del campus nació en los Estados Unidos. En el siglo XIX comenzaron a construirse complejos universitarios a partir de planes maestros; no se trataba simplemente de reunir las distintas funciones de una institución educativa en el mismo lugar, insertando sus edificios en una trama urbana preexistente, sino de la concepción de la totalidad de las instalaciones de una universidad, con sus distintas funciones, como unidad arquitectónica, y su construcción en una zona sin urbanizar. (Landa, 30 y 31)

2. Campus metropolitano, estrategia contraideológica

A finales de los años sesenta, dos universidades privadas aparecen en el escenario educativo local: la UR y la UdeM. Su fundación se dio en el marco de las demandas de estudiantes tanto de la UANL, como del Tec.

La Universidad Regiomontana nace escasamente a menos de un año después del proceso del 68 en México, en julio de 1969. Dentro de ese

ambiente, muy contaminado por grupos políticos, los empresarios vieron en la UR una manera muy efectiva de ayudarle a los empleados a poder acceder a sus justas demandas por una vida mejor y, al mismo tiempo, poder ayudar a que la industria se fortaleciera con personal más educado y mucho mejor capacitado.

En 1974 la UR fue comprada por un grupo de empresarios. El objetivo de este tipo de empresarios sería coadyuvar a solucionar el déficit educativo superior en el medio industrial; reorientar la educación superior fuera de áreas políticas e ideológicas. (Moreno Zúñiga, 70-71)

Las dos universidades privadas que se fundan a finales de los sesenta en Monterrey para contrarrestar la tendencia de politización de las universidades, toman una estrategia urbana. En vez de la tradición de establecerse en un campus donde conviven todas las facultades y todos los estudiantes en una pequeña ciudad dentro de la ciudad; deciden atomizar sus escuelas y facultades en distintas zonas de la ciudad para evitar su contacto y pulverizar el potencial político que pudieran tener unidos.

3. Campus urbano, reurbanización y estrategia inmobiliaria

—A principios del siglo XXI— un caso destacable es el de la Universidad Metropolitana de Monterrey, que ha visto crecer sus instalaciones comprando inmuebles ubicados en el primer cuadro de la ciudad, sitio clave del proyecto Monterrey Ciudad Internacional del Conocimiento. (Moreno Zúñiga, 68)

Lo que en los sesenta era una estrategia para neutralizar la politización de sus campus, para inicio del siglo XXI, se vuelve una estrategia de reactivación urbana en zonas deprimidas del centro.

De las universidades fundadas a fines de los sesenta, la UdeM (Universidad de Monterrey) cambió su estrategia y estableció su campus, a finales de los ochenta, en la zona poniente de la ciudad para así detonar el desarrollo urbano de lo que 20 años después sería la zona Valle Poniente.

A inicio de siglo XXI la UR, bajo el patrocinio de CEMEX, se propuso adquirir una serie de predios que le permitieran conservar su estrategia de campus urbano, pero al mismo tiempo, reordenarlo para posicionarse como el corazón de la zona centro, lo que una década después será el Distrito Purísima-Alameda con los nuevos dueños de la UR, el grupo Topaz.

iii. La gentrificación y sus agentes

Violencia y conciencia

La violencia en la ciudad, el experimentar cada día un proceso en el que la metrópoli se iba convirtiendo en una ciudad fantasma, abandonada, causó tal shock en todos sus pobladores que pedía una respuesta, una reacción como un acto reflejo.

Cambió la manera de percibir, de vivir, de interactuar con la ciudad. En algunos casos este *acto reflejo* se convirtió en una conciencia, superficial o profunda.

Instituciones, individuos, madres, profesionistas, empresarios, jóvenes (desempleados o recién salidos de la universidad), cada uno a su manera, reaccionó e incluyó a la ciudad en sus prácticas y pensamientos.

De aquí salieron activistas con buenas intenciones, pero también con mucha ingenuidad, otros con un dolor tan grande que se volvió resistencia y búsqueda, profesionistas e instituciones que redirigieron sus prácticas incluyendo a la ciudad como una construcción cotidiana, profesionistas jóvenes que se convirtieron en agentes de la gentrificación.

Polígono Edison Oxxo

La columna Soy regiomontano [de la revista de la SCYF, Trabajo y Ahorro] aconsejaba [en 1928] a los trabajadores que participaran en proyectos de mejora vecinal, consumir productos locales y "cooperar eficazmente al mantenimiento de la paz y a la abolición de todo movimiento revolucionario".

Michael Snodgrass

1. Hacer empresa en la ciudad

Incursionan empresas regias, y compañías con operaciones en Monterrey, en tareas sociales.

Dan inicio a un programa para la renovación de más de media docena de colonias apoyadas con recursos del Fideicomiso Polígono Edison.

Ahí, bajo esa figura, participan empresas como Oxxo, Gruma, Villacero y Kansas City Southern de México. (El Norte, 1 de noviembre 2011)

2. Hoy, ¿qué se (des)arma?

El camellón central de la Colonia 10 de Marzo, en Monterrey, solía ser escenario de peleas entre pandillas.

"Era pleito todos los días, lluvia de pedradas y resguárdate en tu casa para que no te fueran a pegar", recuerda la vecina Dora Alicia Guerra, de 47 años. (Gabriela Villegas, El Norte, 19 de julio 2015)

Trece pandillas de ocho colonias firmaron ayer un convenio por la no violencia en un evento convocado por Oxxo en el que directivos, jugadores y el entrenador del Club Monterrey estuvieron como testigos.

"Clikas Unidas por la Paz" pretende que el llamado Polígono Edison vuelva a la calma, después de 92 casos de violencia registrados en esa zona.

José González Ornelas, presidente del Consejo de Administración del Club Monterrey; Jorge Urdiales, presidente ejecutivo de Rayados; Víctor Manuel Vucetich, técnico albiazul, además de Miguel Morales y Jonathan Orozco atendieron a toda la raza durante el evento. (El Norte, 18 de noviembre 2011)

3. ¿Buen vecino?

Los empleados de la cadena comercial [Oxxo] buscan mejorar el entorno en el que la empresa tiene oficinas desde hace 25 años con la integración de los jóvenes y sus padres.

"Nos preocupa que somos mil 200 personas que trabajamos aquí y el hecho de que nuestro programa es ser buen vecino. A lo mejor nos tardamos, porque son más de 30 años que tenemos como empresa, pero es el momento de brindar a la comunidad el apoyo, de decir 'por una mejor comunidad'", expresó Alma Delia Quiroga Palacios, titular del departamento Responsabilidad Social de Oxxo. (El Norte, 19 de noviembre 2011)

4. Combaten violencia con diseño urbano

El Paseo Edison⁵⁵ cuenta con 15,000 metros cuadrados de equipamiento urbano moderno y autosustentable.

Esta iniciativa forma parte del programa de habilitamiento urbano emprendido por el Fideicomiso Polígono Edison (con un presupuesto de más de 35 millones de pesos para el presente año), donde participan autoridades, comunidad, organizaciones de la sociedad civil y de la iniciativa privada Grupo Senda y Oxxo.

La plaza pública, de 15,000 m², "Paseo Edison", fue entregada el 10 de diciembre del 2012 a la comunidad, la cual podrá disfrutar de sus áreas recreativas, juegos infantiles, adoquinado, cancha de basquetbol, andadores, alumbrado con 92 luminarias LED de paneles solares que las hacen autosustentables.

Adicionalmente se ha construido, en el mismo lugar, una cisterna de cultivo de agua de lluvia con capacidad de 240 m³ de agua que se utilizará en el riego de los árboles del propio paseo. En el paseo Edison se plantaron más de 200 encinos siempre verde, mientras que en todo el Polígono Edison se han plantado más de 700 árboles nativos de la región.

El Polígono Edison está conformado por 8 colonias: 10 de Marzo, Talleres, Tijerina, Jaramillo, Progreso, Pedro Lozano, Benito Juárez y Garza Nieto, en las que habitan poco más de 24 mil personas.⁵⁶

5. De buenas intenciones está construida la ciudad

A casi tres años de que el proyecto empresarial Polígono Edison fuera inaugurado, el deterioro comienza a asomarse.

El 10 de diciembre del 2012 se entregó a los habitantes de ese sector el proyecto.

"Uno viene al parque y no hay agua, uno tiene sed y a veces no nos gusta pedirles a los vecinos", dijo Adrián, quien era acompañado por un grupo de cinco niños.

⁵⁵ "Inauguración Polígono Edison". *Youtube*, subido por Toc toc México, consultado el 13 de junio de 2013, en el sitio de internet: <https://vimeo.com/68336168>

⁵⁶ "Arrebatan espacios a la violencia con desarrollo" Subido por *Multimedios*: <https://www.multimedios.com/historico/arrebatan-espacios-violencia-desarrollo.html>

En el parque se habitó una cisterna de cultivo que aprovecha el agua de lluvia y tiene una capacidad de 240 metros cúbicos para utilizarla en el riego de los árboles.

Principalmente los columpios rotos y el grafiti son los deterioros más visibles, pero también hay algunos juegos vandalizados y manchados con alimentos.

Además, el crecimiento de árboles provocó que algunas canchas de basquetbol no se puedan utilizar ante la falta de visibilidad.

Aunque los vecinos barren algunos tramos del parque, la realidad es que ante la cantidad de visitantes las manos que limpian son insuficientes, dijo Gloria Hernández.

"Yo tengo mi puesto de elotes y frituras, vengo todos los días, limpio mi parte y veo que otros vecinos lo hacen, pero la verdad no completamos, deberían de ayudarnos de perdido una vez a la semana". (El Norte, 18 de julio 2015)

Tampiquito inc.

Vasconcelos esquina con Elías Calles (¡quién diría que se juntan en las calles de Monterrey los enemigos!): "Tampiquito", pueblo, trapos, perros, jacaes, casuchas: entre una cuadra y otra industria alta clase media junto a clase baja. Don Pedro: aquí bien puédanos tener un edificiazo con su tejabán atrás. Y a tres cuadras de distancia el franco zoco del hambre, los niños arreptilados, la mierda burbujeante delante de las puertas.

Ricardo Garibay, 1980

1. Vecinos prendidos

Desde el 2008 llegaron a sus calles "*vecinos prendidos*", que guiados por la consultora El Narval, que tiene como símbolo un león, y ¡Hola Vecino!, impulsaron la convivencia.

"El vecino prendido es un vecino que muy probablemente está cansado o enojado porque no sucede nada en su entorno o sus vecinos no participan", explica Jesús Álvarez, director de ¡Hola Vecino!

En Tampiquito no sólo organizan una junta vecinal, también centros de pensamiento donde trabajan para localizar sus problemáticas y resolverlas, con una metodología que incluye conocimiento de la colonia, interpretación de información e implementación, entre otros aspectos. La metodología de ¡Hola Vecino! ha sido trabajada en seis colonias más del área metropolitana.

"Queremos seguir logrando más cosas porque estábamos muy abandonados", dice Elodia García García, vecina de 61 años de edad, madre de 5 hijos. Trabaja de intendente y es vocal de la junta vecinal.

Entre sus logros están el arreglo de su parque y la creación de un huerto sobre el arroyo que pasa cerca de sus viviendas. (Gabriela Villegas, *El Norte*, 19 de julio 2015)

2. Una colonia de oficios

"Tampiquito es una colonia de oficios⁵⁷ y nos dimos cuenta de que darles estos leones de yeso para que los intervinieran, era una manera de integrar a las familias, y también una excusa para integrar a los vecinos. Cada león sirve para mostrar todos los trabajos y oficios que se hacen. Aquí hay tapiceros, carpinteros, ebanistas, panaderos, plomeros, electricistas, peluqueros. Casi todo lo hacen con las manos, son artesanos en cierto modo", dijo Luis Álvarez. (*El Norte*, 19 de noviembre 2008)

3. ¿Un modelo a seguir o reproducción e institucionalización?

Desde enero del 2012, El Narval ha colaborado con los vecinos de estas colonias de Escobedo como parte del Frente de Activación Ciudadana del CCINLAC, consolidado por siete asociaciones civiles, entre ellas MovAC y el Polígono Edison.

Desde entonces, se han realizado reuniones de vecinos para manejar temas comunitarios como la seguridad y el tráfico, con lo que se logró negociar el establecimiento de una patrulla de vigilancia y la clausura temporal de algunas calles para respetar los espacios públicos.

"La interacción lleva al diálogo, y el diálogo ahorita prácticamente no existe en muchas colonias, entonces por eso es importante lo que ellos están haciendo", comentó Álvarez. "Son un modelo a seguir".

⁵⁷ "Quinto Paseo Dominical en Tampiquito". *Vimeo*, subido por *El Narval*, consultado el 12 de octubre de 2011 en el sitio de internet: <https://vimeo.com/30464808>

La celebración es la primera fase de un proyecto que intenta replicar el "modelo" de la colonia Tampiquito, en la cual El Narval lleva cuatro años trabajando y cuyo paseo dominical es famoso por su mezcla de entretenimiento y arte. (El Norte, 18 de abril, 2012)

4. Un nuevo oficio: agentes de la gentrificación

Aunque El Narval comenzó con la finalidad de rescatar el barrio Tampiquito en San Pedro, ahora es una empresa que ayuda a comunidades afectadas por la inseguridad y a que desarrolladores puedan posicionar nuevos complejos, y de paso mejorar la plusvalía de la zona.

El negocio es liderado por Luis Álvarez y está dedicado a integrar comunidades mediante eventos que crean un ambiente más positivo y atraen a compradores e incluso a quienes migraron. Entre sus proyectos actuales están Valle Poniente, el sector La Purísima, Colinas de San Jerónimo y la zona Valle del Campestre, entre otros.

Desarrolladoras como Delta, Fraterna y Pladis han encontrado un aliado en El Narval para mejorar la plusvalía de sus respectivos proyectos. (El Norte, 4 de julio 2013)

Agentes de la gentrificación

1. Gentrificación como lucha de clases

Entendiendo gentrificación como "desplazamiento de las poblaciones de bajos ingresos", el gobierno estatal que desde la década de los ochenta ha buscado a toda costa rehabilitar el centro, en pos de la inversión privada y de la vuelta de las clases medias y altas al centro de la ciudad. No es que haya vuelto la lucha de clases; es que nunca se fue. (Moreno Zúñiga, 118)

2. ¿Conformar comunidad o alienarla?

Sin embargo, los políticos, los narcos y los empresarios, no pueden hacer todo el trabajo sucio y buscan organizaciones no gubernamentales y/o centros de pensamiento que les ayuden a pavimentar la entrada de los bulldozers en zonas con alta o fácil plusvalía. Así operan proyectos como El Semillero (complejo de apartamentos) en el centro de la ciudad, mapeando propiedades, inquilinos y espacios para ir comprándolos, ya sea por las buenas o por las malas. En este orden de ideas, los operadores de El Semillero realizaron actividades culturales ipara la comunidad que

van a expulsar! Festivales, mercaditos alternativos, murales de grafiteros. A fin de cuentas, en la lógica de inversores, constructores y sus mediadores, el dinero lo puede todo, posibilita no sólo comprar familias y propiedades, sino hasta proyectos de ciudad, de regeneración urbana.

Los grandes desarrolladores urbanos buscan el apoyo, para sus planes, de universidades como la UR o consultorías como la de El Narval, quienes infiltran grupos de trabajo en asociaciones de vecinos del centro de Monterrey ofreciendo: "servicios de consultoría para la creación y la activación de comunidades. Apoyamos el desarrollo de una conciencia cívica entre vecinos y asesoramos a instituciones y empresas en la construcción de vínculos con sus comunidades inmediatas". (Cristóbal López y Nydia Prieto: 2015, Pliegos W 02)

3. Estrategias culturales globales

En los nuevos espacios de desarrollo, como una forma de "embellecer" las calles y fomentar la convivencia, se utiliza una estrategia cultural global (graffiti, música). Festivales, cine en el parque, mercados de diseño o artesanales son utilizadas como mediaciones o activaciones de los desarrollos inmobiliarios; como una borradura de una cultura arraigada, tradicional y pauperizada que es parte de la historia del espacio que quiere "desarrollarse". Con ellas se impone una búsqueda de identidad en formas y modelos aspiracionales, "internacionales".

4. ONG's y corporativos

Junio 2011.

A escasos días de que fuera removida la vegetación de todo el espacio, ya reunidos los permisos, la organización Reforestación Extrema A. C. publicó su "opinión técnica sobre la construcción de instalaciones deportivas en predios ubicados en el parque La Pastora", en la cual se resta importancia a la deforestación del espacio, aludiendo, principalmente, al abandono y valor de las especies removidas señalando, como único referente documental al mismo Manifiesto de Impacto Ambiental elaborado por el corporativo FEMSA. (Peredo, 26)

Diciembre 2011.

Al unir fuerzas, la dirección de Responsabilidad Social de Oxxo-FEMSA y la agrupación Reforestación Extrema arrancaron en la Colonia Talleres la segunda etapa del proyecto que contempla regenerar un total de ocho colonias de esta zona.

Cosijoopii Montero, presidente de la asociación ambientalista, afirmó que el proyecto es un esfuerzo conjunto. "Esto es un esfuerzo que estamos haciendo entre FEMSA y Reforestación Extrema como asociación civil y ellos como empresa, para hacer un programa de reforestación de toda la Colonia Talleres", comentó. (El Norte, 4 de diciembre 2011)

5. Mercantilizar la confianza

La gentrificación se puede imponer con métodos violentos o con métodos amigables a través de activistas que desarrollan programas sociales patrocinados por empresas transnacionales.

Estos activistas preparan el proceso de expulsión de los habitantes originarios mercantilizando la confianza que la comunidad depositó en ellos. Facilitan el trabajo a las empresas que tienen inversiones multimillonarias en el sector. Todo planteado de tal manera que parezca que "nadie te quita, que te vas por voluntad propia". (Del mero San Luisito, Paz Colonizadora). ⁵⁸

6. Vivir ahí

"Vivir ahí" —en los terrenos tomados por Tierra y Libertad—, "incorporarse a las masas" para concienciar y concientizarse, para educar y educarse, otorgaba a todas las acciones el signo de educación política e ideológica, las convertía en acciones formativas indispensables para la reproducción y conservación de la comuna, concebida como instrumento para alcanzar los fines a corto y largo plazo. La práctica concebida como la mejor forma de aprendizaje, concedió a las acciones políticas de todo tipo el primer rango de importancia. (Sánchez, 170)

Si a alguien se le ocurre cuestionarles, a este tipo de consultores, que no son vecinos del centro, ellos dirán que están por rentar una casa o que ya viven en ella y que lo único que buscan es el bien de la sociedad; cuando lo que realmente buscan es lavar la imagen del capital inmobiliario que los subcontrató para mediar entre sus desarrollos arquitectónicos y las comunidades. (Cristóbal López y Nydia Prieto: 2015, Pliegos W 02)

Lo establecido, el último cuarto del siglo XX como principio de izquierda para conformar el movimiento Tierra y Libertad, como Práctica Política que asegurara logros en el corto y largo plazo y evitara ser cooptados por los poderes de facto; en las primeras décadas del siglo XXI se convierte en discurso de deseo que permite cooptar a algunos agentes de la gentrificación con la esperanza de "vivir ahí", cerca de esos lugares donde se construye el capital; pero, al mismo tiempo, con su trabajo hacia la comunidad, impedir cualquier conflicto que rompa el ideal burgués de comunidad en esta época de vulnerabilidad y crisis.

Estos agentes de la gentrificación, más que el vehículo del bien social, comunitario, son el impermeabilizante del capital contra los conflictos sociales.

⁵⁸ "Paz Colonizadora". *Youtube*, subido por Del mero San Luisito, consultado el 21 de noviembre de 2019 en el sitio de internet: <https://www.youtube.com/watch?v=LwOzZtXW0NM>

iv. ¿El conocimiento al servicio del capital?

¿Ciudad del conocimiento, nacimiento de la nueva ciudad?

La Ciudad del Conocimiento no se trata de un simple proyecto inmobiliario.

Antonio Zárate Negrón

Fueron los rectores y académicos del sistema Tec los que perfilaron esa primera idea del gobernador con la de una economía del conocimiento. En la búsqueda de una definición más clara se recurrió a un equipo de trabajo del Tec; de hecho es un funcionario de esta institución quien proporcionó la definición más concreta, "como un conjunto armonioso donde está un buen sistema educativo, con una preparación también competitiva globalmente; con áreas de tecnología de punta también en la preparación; empresas trabajando en sectores nuevos de alta tecnología; programas de gobierno que coadyuven a la creación de nuevas empresas de base tecnológica". (Moreno Zúñiga, 32)

A nivel estructural la respuesta se encuentra en las acciones que una nueva clase capitalista ha emprendido para generar un consenso que nos lleve a creer que el crecimiento económico y el progreso de las naciones está ahora en la innovación tecnológica, en la capacidad de apropiarse del conocimiento tecnológico desarrollado y la mano de obra calificada en las áreas estratégicas del mismo. Así se conforma una nueva concepción del espacio para la ciudad que se aleja de sus orígenes (la ciudad industrial) y abraza el sueño de una metrópoli cuya actividad productiva sea la economía del conocimiento. (Moreno Zúñiga, 86)

Están dedicando la ciudad a la construcción de su imagen, una que la coloque en el ranking mundial. En ese sentido, la urbe debe ser capaz de articular la política económica contenida en el proyecto Monterrey Ciudad Internacional del Conocimiento con la política urbana. Monterrey ha emprendido una serie de obras urbanas (Parque Río, vialidades más fluidas, ampliación del aeropuerto del Norte, ampliación de la línea 2 del Metro, etcétera), de las cuales el Parque de Investigación e Innovación Tecnológica y el Paseo Santa Lucía son las más emblemáticas. (Moreno Zúñiga, 97)

Economía joven y distritos universitarios

1. Economía joven y universitaria

Parece que la cultura universitaria en Monterrey, al diluir la distinción social a través de la homogeneización del consumo en un consumo juvenil, amplió la base de pertenencia a esta plataforma social, basándose en los públicos más "especializados" de consumo: los jóvenes.

José Luis Brea señala a este respecto "Todas las contemporáneas tecnologías del self (las tecnologías del cuerpo, la biotecnología, las multiplicadas posibilidades de la cirugía estética, toda la industria del aspecto, la moda, la cosmetología, las bioquímicas y las ciberdelias) están creando un territorio de juventud expandido." (137)

No olvidemos que a pesar de que Monterrey ha intentado desde la última década del siglo XX pasar de ser una ciudad sede de negocios a ser una ciudad turística –donde los visitantes se queden unos días más en la ciudad y gasten en ella–; su logro más grande es que desde los sesenta Monterrey es una ciudad universitaria, lo que crea un "turismo académico" en el que grandes grupos de jóvenes con alto nivel adquisitivo vienen y se quedan por periodos mínimos de cuatro años, gastan cotidianamente en entretenimiento (fiestas, cine, antros, bebidas), vivienda (renta o adquisición inmobiliaria), deportes (gimnasios, abonos a la temporada de los equipos de fútbol locales), comida (en restaurantes y súper), servicios (televisión de cable o satélite, telefonía móvil, conexión de internet, videojuegos) y todo el equipamiento que esto requiere (televisión, laptops, ipods, teléfonos celulares).

2. Desbandada en las escuelas

La violencia/miedo también tuvo su efecto en las universidades. Muchos de los estudiantes foráneos optaron por regresar a sus lugares de origen y estudiar en las universidades locales, tras el asesinato de Jorge Antonio Mercado Alonso y Javier Francisco Arredondo Verdugo a las afueras del Tec de Monterrey, el 19 de marzo del 2010 a manos de elementos militares. (Moreno Zúñiga, 126)

Solo la matrícula del Tec de Monterrey, por la violencia, se redujo de 18,500 a 16,500 alumnos y se recortó a 83 profesores del campus Monterrey, equivalente a un 5% del total. (Expansión, noviembre 2011)

La desbandada de estudiantes por la inseguridad creó vacíos, tanto a nivel de la economía que sostiene, como del tipo de vida que materializa

–la renta de inmuebles, el entretenimiento y el consumo de diseño– y evidencia que la reproducción de esta ideología del capital se puso en franca crisis.

Quien declara la muerte, ¿busca cobrar su herencia?

En mayo de 2008, Enrique Norten declara al periódico El Norte, con respecto a su proyecto de la Torre Fundadores que este edificio [ubicado en Valle Oriente] "dejará abajo al proyecto de la Torre Reforma, que se pretende mida 244 metros, en la Ciudad de México, y a la Torre Mayor, actualmente el edificio más alto en América Latina, con 224 metros, también en la Ciudad de México, va a ser el edificio más alto de Latinoamérica [con 290 metros]." (El Norte, 19 de mayo 2008, sección Vida)

A pesar del aparato mediático y legitimador del desarrollo inmobiliario que, para entonces implicaba la Torre Fundadores, ésta nunca se construyó.

En 2013, Norten regresó a Monterrey (Cátedra CEMEX, Universidad Regiomontana) y, a pregunta expresa sobre este proyecto, contestó, "se murió por la recesión y todo lo demás. Se murió".⁵⁹

Este "todo lo demás" que "causó la muerte" de un proyecto inmobiliario como la Torre Fundadores –o le da posibilidad de existencia– es parte de la reconfiguración del espacio público: el cambio de la conciencia y respuesta social ante lo que pasa alrededor, la inseguridad que hace que la ciudad (y sus proyectos) no sean los mismos, la manera de resignificar los espacios públicos y la nueva imagen que deben generarse los corporativos ante la comunidad cuando emprenden proyectos de impacto social.

Dos proyectos paradigmáticos: el Distrito Valle del Campestre y el Distrito Tec, evidencian las distintas reconfiguraciones en y desde el espacio público a finales de la segunda década del siglo XXI.

En el desarrollo del Distrito Valle del Campestre podemos leer 1) un descentramiento del eje en la postura política e ideológica de los

⁵⁹ Mendoza Lemus, Gustavo. "Es el momento de renovar a Monterrey". *Multimedios Digital*, consultado el 16 de julio de 2013 en el sitio de internet: <https://www.multimedios.com/deportes/momento-renovar-monterrey.html>

corporativos y 2) un cambio, después de la crisis del 2008, de la fuente del capital.

A finales de los setenta, en lo que ahora es el Distrito Valle del Campestre⁶⁰, hubo dos hitos importantes que signaron el espacio público con tintes ideológicos. En 1978 se inaugura el Monumento a la Alianza (Los Tubos) de Xavier Meléndez, conmemorando la Alianza para la Producción, estrategia por la cual el presidente José López Portillo, en su sexenio, intenta reconciliarse con los empresarios de Monterrey después de los enfrentamientos con Luis Echeverría, para sacar al país de la crisis económica.

En los mismos años, a pocas cuadras de ahí, en respuesta a la guerrilla urbana que se dio en el sexenio de Echeverría y después del asesinato de Eugenio Garza Sada, en un amplio terreno totalmente rodeado de altas bardas, se establecieron las oficinas corporativas de CEMEX, VITRO y ALFA. El único acceso público a este predio era el Planetario ALFA.

Para rematar la vocación ideológica de la zona, en 1990 una de las calles principales, de las cuatro que circundan estos corporativos, cambia su nombre, de Santa Engracia a Ricardo Margáin Zozaya, empresario que, en el entierro de Eugenio Garza Sada, leyó un discurso en clara confrontación a Echeverría.

Con la crisis financiera del 2008 VITRO enfrenta problemas con el manejo de su deuda (que no termina de renegociar hasta 2013).

Una estrategia para resolverla es la venta de los terrenos de sus oficinas corporativas, de altísima plusvalía. Entre 2009 y 2013 VITRO vende a la desarrolladora One Development Group (ODG) cerca de 148 mil metros cuadrados que utiliza para liquidar una deuda por 69.3 mdd a un fideicomiso de Bancomext y 36 mdd para la modernización de equipo e innovación tecnológica en sus plantas productivas, así como a la disminución de deuda.⁶¹

⁶⁰ Página web Distrito Valle del Campestre, consultado el 14 de abril de 2021 en el sitio: <http://distritovc.org/>

⁶¹ Lara, Juan Antonio. "Vitro vende parte de su predio corporativo en 36 mdd". *El Financiero*, consultado el 25 de abril de 2013 en el sitio de internet: <https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/vitro-vende-parte-de-su-predio-corporativo-en-36-mdd>

Con esta transacción ODG vuelve un espacio de seguridad cerrado a los corporativos, a fines de los setentas, en un jugoso desarrollo inmobiliario de alto nivel, "el último hogar de los millonarios", lo llamó Forbes en 2014.

Convocando a arquitectos icónicos a nivel internacional para construir algunas de las torres habitacionales que se edificarían en ese nuevo desarrollo (César Pelli, edificio Sofia; Foster+Partners, Torres Saqqara) el Distrito Valle del Campestre se instituye como el mejor negocio inmobiliario posiblemente del país.

El verdadero valor de este desarrollo –independientemente de su discurso que apela a la comunidad– queda claro en la declaración de Bernardo Flores, socio y director de ventas en ODG, que ignora la necesidad de estos "amortiguadores" que representa el discurso de lo social ante la contundencia bruta del discurso del capital que no se inhibe, al decir, "la inseguridad nos ayudó en Sofia porque los sistemas de seguridad que tenemos son tan avanzados y la gente se siente tan segura, que están mejor viviendo en este edificio que en sus casas donde estaban antes. Entonces desgraciadamente por la inseguridad, porque nadie quiere la inseguridad, si nos ha ayudado a nosotros a vender un poco más".⁶²

Distrito Tec

1. ¿Otro proyecto de gentrificación?

En abril del 2010, motivados por una persecución a un grupo de narcos, el ejército irrumpe en el campus del Tec de Monterrey, abate a dos sospechosos, que son despojados de sus pertenencias e identificaciones para confundir su identidad y hacerlos parecer como narcos.

Después de este cisma al modelo aséptico de ideología que dio sentido al Tecnológico de Monterrey por más de 75 años, el rector declara a los medios, "la culpa de las universidades ha sido la preocupación por preparar alumnos para una alta empleabilidad, con fines monetarios y éxito profesional. Damos muy poca relevancia a nuestra misión de formar verdaderos ciudadanos, que asuman su responsabilidad social y política para cambiar este país. Los profesores y directivos debemos enseñar con

⁶² Juárez, Jennifer. "Edificio Sofia: el último hogar de los millonarios". *Forbes*, consultado el 14 de septiembre de 2014 en el sitio de internet: <https://www.forbes.com.mx/sofia-el-ultimo-hogar-de-los-millonarios/>

el ejemplo a nuestros alumnos. Ahorita queremos culpar de la inseguridad a un grupo o grupos, cuando en realidad nosotros les hemos dado la tierra fértil para que esto suceda." (El Norte, sección Vida, 12 de abril de 2010)

Este evento también establece una nueva relación con el espacio público. El Distrito Tec intenta un proyecto de campus abierto hacia su comunidad. "El Plan maestro que elaboró De la Mora buscó hacer del Campus como una suerte de ciudad a menor escala. La elaboración de un nuevo Plan Maestro⁶³ [del DistritoTec] logrará replantear la relación del campus con su entorno urbano."

En el Programa Parcial de Desarrollo Urbano del Distrito Tec (2015) se establece que el campus del Tec "creará nuevos espacios deportivos, culturales y recreativos que potencialmente se abrirán al uso público, así como creará un clúster de investigación, innovación y emprendimiento que impulse la productividad y competitividad de la ciudad de Monterrey, Nuevo León y México".

Este proyecto hace énfasis en la importancia de la participación de la comunidad de vecinos. Pero nadie se ha preguntado ¿qué tipo de participación ciudadana es la que se produce?

¿No es extraño que, dentro de este intento de reconstruir la ciudad, abatida por el huracán Alex y por la inseguridad, en el Plan de Reordenamiento Urbano de Monterrey (2013-2015) se designe a dos de las tres universidades privadas fundadas y patrocinadas por los corporativos de Monterrey como responsables de la administración del Distrito donde se establecen?

El Tec de Monterrey quedó a cargo del Distrito Tec, la U-ERRE del Distrito Purísima-Alameda. La UdeM es la excepción, aunque desde finales de los ochenta opera como detonador de la zona y, con proyectos como La Puerta de la Creación de Tadao Ando, sirve como hito del desarrollo inmobiliario; aunque no se asumen como administrador de un distrito ni el desarrollo Valle Poniente lo reconoce como tal.

⁶³ "Las raíces de la evolución del campus", *Distrito Tec*, consultado el 06 de febrero de 2018 en el sitio de internet: <http://distritotec.itesm.mx/enrique-de-la-mora-raiz-de-la-evolucion-del-campus/>

2. Un estilo de vida impuesto

"Estamos pidiendo que se nos respete, antes que nada. Nos están queriendo imponer un estilo de vida", dijo Claudia Piedra Ibarra, una de las afectadas y vocera de la agrupación, señaló que no buscan un acuerdo con el Tec o el Municipio de Monterrey, sino que simplemente el proyecto sea cancelado.

Las mayores afectaciones que ven los vecinos son el cierre de vialidades, cambios de sentidos en avenidas y calles interiores, y un aumento desmedido de zonas comerciales y habitacionales.

"Nosotros no pedimos este proyecto", insistió Piedra Ibarra, "no lo avalamos, se nos engañó".

Aseguraron que no fueron tomados en cuenta para las decisiones del proyecto y sostuvieron que el Tec utilizó información y firmas de asistencia a reuniones informativas para hacerlas pasar como apoyos.⁶⁴

⁶⁴ Rodríguez, Juan Carlos. "Denuncian afectación y piden cancelar proyecto Distrito Tec". *El Norte*, consultado el 14 de junio de 2019 en el sitio de internet: https://www.elnorte.com/denuncian-afectacion-y-piden-cancelar-proyecto-distrito-tec/ar1700296?flow_type=paywall

v. El discurso como espacio público

La palabra es un campo de batalla

Es un espacio de encuentro y confrontación. En él se pueden desarrollar las negociaciones y los diálogos más enriquecedores, pero también las batallas ideológicas más encarnizadas y desiguales. Es un espacio de representación y de protesta. En él se reflejan las tensiones y contradicciones que vive la ciudad.

Las palabras pueden ser mercancía, hegemonía, ley o resistencia.

¿Cómo se ha utilizado el lenguaje?

¿Como manifestación de saberes y de haceres dentro de esta resignificación del espacio público?

¿Cómo "localizar" esta batalla que se está librando a través de/en el lenguaje desde/sobre el espacio público y quién lo produce?

¿La dispersión o fragmentación del discurso, evidencia los campos desde donde se está dando su resignificación?

¿Son los pequeños estudios de arquitectos, con intervenciones puntuales, los responsables de generar conciencia, los planes de desarrollo urbano estatales o municipales, las agencias de *branding* y los activistas contratados por los desarrolladores para convencer a la comunidad que su proyecto cambiará la ciudad; quienes están construyendo este nuevo discurso sobre la ciudad?

¿Debemos, ante esta fragmentación, buscar la in(ter)disciplinariedad, la formación de un ejército simbólico capaz de responder desde diferentes disciplinas, campos, la embestida del capital?

Tal vez deberíamos empezar a elaborar un breve glosario con el que se impone la hegemonía que, en definitiva, al incluir términos como "regeneración urbana", "distrito", "hacer ciudad", "movilidad sustentable", "cohesión social", "conformación de comunidad"... evidencian los intereses que se imponen sobre el espacio público.

El discurso del capital

1. Desarrollo urbano basado en distritos

Cuatro años después —del inicio del Distrito Tec— tenemos identificados 14 esfuerzos que incluyen en su nombre la palabra “distrito”.⁶⁵

Distrito Independencia

El sector se caracteriza por que en las áreas cercanas al río Santa Catarina, el uso habitacional tiende a desaparecer, dejando abandonados los inmuebles; en las partes altas, existe el problema de los asentamientos humanos irregulares donde la combinación de una densidad habitacional alta y la falta de infraestructura básica generan problemas sociales importantes. El sector tiene gran potencial por su céntrica ubicación dentro del municipio, pero hace falta un proyecto integral de regeneración y regularización para poder reintegrar la zona completamente al tejido urbano.

La Basílica de Guadalupe es un importante hito urbano ubicado dentro de este sector, tiene gran tradición y en ciertas temporadas del año ejerce un gran atractivo. Es necesario establecer proyectos que aprovechen su potencialidad y que favorezcan su integración al Centro Metropolitano y hacia el sector de Valle Oriente, en el municipio de San Pedro Garza García, funcionando como eje integrador entre esas dos importantes zonas.

Es necesario elaborar un programa integral que considere los siguientes aspectos: a) Rescatar las obras de patrimonio histórico y cultural, como edificios y monumentos, que se encuentran dañados o desmejorados por falta de mantenimiento. b) Vincular este distrito al norte con el Centro Metropolitano y al sur con el sector de Valle Oriente, en el municipio de San Pedro Garza García. c) Mejoramiento de la imagen urbana: Mejorar edificios, plazas, jardines y calles en general, a través del cambio de su apariencia física; regularización de predios localizados en el sector. Ejecución de obras de mejoramiento e introducción de los servicios públicos urbanos donde se carezca de ellos, reposición y/o sustitución de tuberías o redes obsoletas o inseguras por su antigüedad. (Plan de Desarrollo Urbano del municipio de Monterrey 2002-2020, 73)

⁶⁵ Sitio web Distrito Tec consultado el 14 de abril de 2021 en el sitio de internet: <http://distritotec.itesm.mx/el-nombre-no-es-suficiente/>

2. Un manifiesto

Una de las cosas que llaman la atención del proyecto Distrito Valle del Campestre, dentro de una zona altamente exclusiva, es que se acompaña por la publicación un Manifiesto de más de 80 páginas "para construir una mejor ciudad".

Este Manifiesto (2014) evidencia la importancia que ahora cobra el discurso del capital y el cambio en el interlocutor. Una inversión de capital requiere invertir en el discurso.

El manifiesto consiste de 20 puntos en los que se cubren todas las grietas para diferenciarlo de lo que se conoce como "desarrollo inmobiliario depredador". Se establece como *sostenible*, consultando cada decisión con la *comunidad de vecinos*, productor de una *movilidad equilibrada*, de *seguridad y vida pública*, de espacios públicos disfrutables, de un *equilibrio entre lo público y lo privado*, generador de una *calidad de vida* antes que productor de estatus. Este discurso es generado con la colaboración del ejército de agentes de la gentrificación que estos últimos años de "conciencia comunitaria" se ha producido para blindar cada proyecto de cualquier crítica o ataque: *Regeneración Extrema*, *Polígono Edison*, *iHola vecino!*, *Fraterna*, entre otros.

3. El ala simbólica del desarrollo

El papel de las agencias de *branding* en la *resignificación* del lenguaje es crucial.

Es en estos espacios de pensamiento y simbolización es donde se produce la imagen social de estos proyectos. Solo una oficina de *branding* en los últimos 12 años ha hecho la campaña de más de 70 proyectos inmobiliarios de primer nivel.

4. Urbanismo invasivo

El proyecto de la Interconexión no sólo incluye un viaducto para unir Valle Oriente con la Macroplaza, sino que también contempla una explanada con una cruz monumental, un estacionamiento subterráneo para 500 vehículos y edificios de departamentos en la Colonia Independencia.

Según la propuesta impulsada por el Estado y los municipios de Monterrey y San Pedro, esta infraestructura detonaría el llamado "Distrito Independencia", que pretende lograr una regeneración en la zona.

Vecinos del sector consideran que se trata de un proyecto de urbanismo invasivo que afectaría la dinámica de uno de los barrios más antiguos y populares de Monterrey.

"No es sólo la Interconexión y ya", enfatizó Jorge Luis Martínez Lara, director del Fideicomiso de Proyectos Estratégicos del Estado, "hay todo un proyecto de regeneración."⁶⁶

Nos dijeron que nos iban a hacer un proyecto muy bonito que iba a traer la movilidad sustentable, la cohesión social y la regeneración urbana. En ese entonces nosotros no sabíamos lo que significaban esas tres palabras, pero como somos muy desconfiados porque durante décadas se nos ha pretendido intervenir de una manera o de otra y, al mismo tiempo, hemos sido un barrio criminalizado y abandonado completamente. No sabíamos qué significaban esas palabras, pero dijimos que no.

Cuando nos sentamos y abrimos la computadora y le pusimos "movilidad sustentable", y nos salió un peladillo en bicicleta, pues todas soltamos la carcajada. Aquí a las seis de la mañana bajan como parvada de pájaros, sobre todo los vecinos del cerro, los vecinos en bicicleta. ¿Por qué? Porque es más barato, es gratis. La gente de la Indepen caminamos demasiado. Aquí mismo en la colonia, para visitar a los amigos o parientes, agarramos el cerro para ahorrar camino. Ya somos gente que hacemos movilidad sustentable. Y es molesto que lleguen con un discurso que pretende la novedad cuando ni siquiera conocen el barrio. (Érika Charles, vocera de la Junta de Vecinos en Resistencia de las colonias Independencia, Tanques de Guadalupe y América 2)

¿Quién es el que invade?

Esta situación de emergencia [la afectación del proyecto de Interconexión Macroplaza-Valle Oriente] nos orilló a tenernos que volver a reconocer como vecinos, a replantearnos ¿qué significa para nosotros nuestra colonia?; ¿qué significa haber nacido ahí o vivir ahí, incluso querer seguir viviendo ahí? (Érika Charles)

⁶⁶ Reyes, Daniel. "Planean plaza y cruz con la Interconexión". *El Norte*, consultado el 03 de junio de 2018 en el sitio de internet: <https://www.elnorte.com/aplicaciones/articulo/default.aspx?id=1410164&v=3>

"Invasivos son ellos que se metieron a un terreno de propiedad privada y no son dueños, eso sí es ser invasivos", dice Mauricio Fernández.⁶⁷

En 1,500 m2 del parque Rufino Tamayo se construirá el Museo La Milarca para las colecciones de Mauricio Fernández. El municipio pagará 150 millones de pesos para la construcción, del presupuesto de 2018 aprobado.

el 17 de abril de 2002, el Cabildo de San Pedro, durante la administración del alcalde Gerardo Garza Sada, decretó el Parque Rufino Tamayo y otras áreas recreativas más, como Zona de Preservación Natural Protegida, por lo que en teoría, en el papel, no se le podrían hacer modificaciones.

Regidores de la Comisión Unidas de Obras Públicas y Cultura del Cabildo de San Pedro, estimaron conveniente la construcción de una réplica de la casa de Mauricio Fernández, en el Parque Rufino Tamayo y que llevará el mismo nombre La Milarca.⁶⁸

El triunfo de la política

1. Tres administraciones, tres negociaciones con terrenos

A poco más de un año después de su aprobación en diciembre del 2017 por la Administración panista de Mauricio Fernández, el Cabildo de San Pedro –ahora encabezado por el Alcalde independiente Miguel Treviño– canceló ayer los contratos para la construcción de los cinco museos que promovió el ex Alcalde.

Del Parque Rufino Tamayo, en Valle Oriente, se revocaron los acuerdos que permitían la edificación de los museos La Milarca, Numismática y El Gabinete del Coleccionista.⁶⁹

⁶⁷ Dávila, Adriana y Villasáez, José. "Califican de invasivos a vecinos inconformes". *El Norte*, consultado el 05 de junio de 2018 en el sitio de internet: <https://www.elnorte.com/aplicaciones/articulo/default.aspx?id=1410884>

⁶⁸ Página Reporte Indigo consultado el 14 de abril de 2021 en el sitio de internet: <https://www.reporteindigo.com/reporte/mauricio-pagara-del-erario-museo-la-milarca-presupuesto-inconformidades-sociedad-civil/>,

⁶⁹ Martínez, Perla. "Tumban contratos a museos". *El Norte*, consultado el 19 de diciembre de 2018, en el sitio de internet: consultado el <https://www.elnorte.com/aplicaciones/articulo/default.aspx?id=1566939>

Vecinos de las colonias Independencia, Tanques de Guadalupe y América 2 celebraron ayer (lunes 5 de agosto) el freno hecho por la Semarnat al proyecto de Interconexión Macroplaza-Valle Oriente, al que se oponen por afectar viviendas y la dinámica de la zona.

Los habitantes de estos sectores reconocieron que la dependencia haya negado la autorización del manifiesto de impacto ambiental y reiteraron que seguirán en resistencia a esta obra.

Ayer se publicó que la Semarnat frenó por ahora el proyecto al negar la autorización del manifiesto de impacto ambiental, luego de que no se presentaron estudios hidrológicos y de drenaje pluvial, no se justificó el desmonte de 4.5 hectáreas de matorral ni se garantizaron afectaciones menores a flora, fauna, agua y suelo de esa zona.⁷⁰

Los terrenos del Planetario ALFA, en la administración municipal 2009-2012, segunda de Mauricio Fernández, también accionista del corporativo, cambiaron su uso de suelo a "en Distrito de Desarrollo Específico o Polígono de Actuación", es decir, para desarrollo inmobiliario. Con esto, ALFA posee una reserva de terreno que pronto capitalizará por su cercanía con el Distrito Valle del Campestre.

*

En el 2011, durante la administración de Mauricio Fernández se propuso un uso de suelo mixto para una franja de este predio, la de Gómez Morín, para que pudieran establecerse negocios comerciales. El resto del terreno, Planetario Alfa incluido, conservaría un uso de suelo que permitiría la entrada de más multifamiliares a un sector cuyas escasas vialidades ya están saturadas.

A cambio de este uso de suelo, Alfa donó cuatro hectáreas al Municipio en el Boulevard Díaz Ordaz donde se buscó reubicar a los clubes Pumas y Avispones, además de construir una base policiaca que atendiera el poniente de Garza García.⁷¹

⁷⁰ Dávila, Adriana. "Celebran vecinos rechazo a conexión". *El Norte*, 06 de agosto de 2019 en el sitio de internet: <https://www.elnorte.com/celebran-vecinos-rechazo-a-conexion/ar1739362>

⁷¹ Cantú, Régulo. "Preocupa giro de terreno del Alfa". *El Norte*, consultado el 28 de marzo de 2014 en el sitio de internet: <https://www.elnorte.com/aplicaciones/articulo/default.aspx?i-d=188331&impresion=1>

Luego de meses de pleito, Miguel Treviño, Alcalde de San Pedro, y Mauricio Fernández, su antecesor, volvieron a verse las caras, pero ahora para firmar un acuerdo que permite la continuación del Museo La Milarca.

El documento fue firmado también por Marco Garza Mercado, desarrollador y presidente del Patronato de Museos, y Emilio Fautsch, representante del Patronato del Parque Rufino Tamayo, además de otros funcionarios municipales.⁷²

En el documento de acuerdo se establece,

Los predios a utilizar estuvieron anteriormente ocupados por las instalaciones industriales de Akra en la colonia La Leona.

Esta nueva ubicación congruente con el deseo de ambas administraciones de facilitar el acceso a todo tipo de transporte a la nueva área municipal; la posibilidad de generar ingresos que colaboren en su fondeo por medio de la renta de instalaciones, como sucede con el Auditorio San Pedro, por ejemplo; contar con un estacionamiento con capacidad para más de 300 vehículos, además de dar un uso verde al denominado "pozo" ubicado en la esquina de Díaz Ordaz y María Cantú. Asimismo, la nueva ubicación responde al interés por acercar espacios culturales y nuevas áreas verdes al Casco y a la zona poniente de San Pedro.⁷³

En entrevista, el Alcalde Miguel Treviño dijo con beneplácito que el acuerdo para reactivar La Milarca y cancelar los dos museos en la zona de La Leona era benéfico para Garza García.

"Este acuerdo es un triunfo de la política, y yo sé que es un tipo de explicaciones que no se dan con comunidad, pero eso es lo que necesitamos en México, reivindicar la política, la necesidad de sumar a todos los factores públicos, privados y llevar una conversación de tal forma que nos lleve a lograr acuerdos que son superiores al planteamiento original".⁷⁴

⁷² Ramos, Mirna. "Firman Miguel y Mauricio continuación de museos". *El Norte*, consultado el 11 de abril de 2019 en el sitio de internet: <https://www.elnorte.com/aplicaciones/articulo/default.aspx?id=1652968&sc=319>

⁷³ Sandoval, Emiliano. "Firman acuerdo, Mauricio Fernández y Miguel Treviño; sobre Museos en San Pedro". *Eitmedia*, consultado el 17 de julio de 2018 en el sitio de internet: <https://eitmedia.mx/index.php/local/item/19090-firman-acuerdo-mauricio-fernandez-y-miguel-trevino-sobre-museos-en-san-pedro>

⁷⁴ Ramos, Mirna y Cantú, Régulo. "Reactivarán obras del museo La Milarca". *El Norte*, consultado

2. Unión hacia dentro, desconfianza hacia afuera

Desde las primeras juntas se establecieron las bases de trabajo que nos ayudaron mucho para mantenernos unidos.

Sin distinción ni discriminación entre los de arriba y los de abajo del cerro.

No diferenciar en su relación con la casa (si se es dueño, se paga renta o se es posesionario). Todos somos habitantes de la Indepen.

Sin partidos políticos y sin políticos en funciones. Primero que nada es que nos mantengamos unidos como vecinos.

Sin empresarios. Este proyecto, como todos los que se están desarrollando en Monterrey, todos son financiados por empresas, primero inmobiliarias que, a su vez pertenecen a empresas o corporativos (CEMEX o FEMSA).

Sin religión. Inicialmente estábamos participando con la iglesia católica. Pero nos sentimos traicionados cuando anunciaron La Cruz Monumental. Y rompimos con el sacerdote y con la Iglesia.

Es decir, hacia el interior, confianza al cien. Hacia el exterior, desconfianza. (Érika Charles)

Se metieron con el barrio equivocado

Denunciamos las deficiencias jurídicas en el Decreto 383 para el proyecto "Cruz de Monterrey" en donde el Estado de Nuevo León aprueba el inicio de la desincorporación de un bien inmueble ubicado en el Cerro de la Loma Larga con una superficie de 33, 292.437 m², el cual además contaría con una servidumbre de paso (permiso de vía) con superficie de 609.204 m². Un polígono con 27 lados en total, que sería entregado en donación a la iniciativa privada a través de un fideicomiso que de manera genérica llaman "Fideicomiso Banregio". Además de entregarles en comodato indefinido uno de los tanques de agua que actualmente abastece a nuestras colonias.

Sabemos que la próxima semana saldrán a presentar y a engañar a la opinión pública haciendo creer que dicho proyecto tiene un interés público

y social cuando solo es un proyecto comercial privado de apoderamiento y privatización del bien público con miras a la expulsión de comunidades. Es la privatización del cerro al entregar un bien inmueble público de reserva territorial del estado para la creación de un proyecto turístico.

Sin respeto por la naturaleza, su entorno y la comunidad que ya lo habita. El Proyecto "Cruz de Monterrey" al igual que el Proyecto de "Interconexión Vial Monterrey-San Pedro" son proyectos invasivos de hiperurbanismo que traerán destrucción ecológica así como la inminente privatización del cerro, de las colonias y de los barrios.⁷⁵

"Es un ridículo espantoso, primero viéndose como el único ayuntamiento naco e inculto del mundo que no quiere museos", respondió Mauricio Fernández a la cancelación del proyecto [museo La Milarca], a mediados de diciembre de 2018.⁷⁶

Estas obras viales no solo van a afectar a los que les van a quitar la casa; sino al que tiene grupo de danzantes, ya no va a poder ensayar en la calle; el que tiene tres burros ya no va a poder tenerlos fuera de su casa; se van a acabar los bailes, la posada; ya no vas a poder caminar por ciertas partes porque las vías cortan las colonias.

Nos dimos cuenta que teníamos un estilo de vida al que no queríamos renunciar. Estas obras son toda una oleada de querer cambiar la estética y la dinámica de la ciudad.

Ni siquiera le estamos chillando a la propiedad. Le estamos chillando a lo que implica vivir aquí, a lo que voy a perder al ya no vivir aquí.

También tenemos derecho a ser el "nacos". Si ellos hablan de un "derecho a la ciudad", yo tengo el derecho a vivir naco y jodido y con el bote de yogurt en vez de maceta. Es mi derecho.

Es mi derecho a vivir cerca de los hospitales, del museo [de Historia Mexicana], de las escuelas, de las iglesias, de mis centros de trabajo.

⁷⁵ "Con 'Cruz de Monterrey' privatización y destrucción de Loma Larga". *Regeneración*, consultado el 04 de junio de 2018 en el sitio de internet: <https://regeneracion.mx/con-cruz-de-monterrey-privatizacion-y-destruccion-de-cerro/>

⁷⁶ Frutos, Melva. "Miguel Treviño cierra la puerta a la colección más grande de México". *Posta*, consultado el 18 de enero de 2019 en el sitio de internet: <https://www.posta.com.mx/nuevo-leon/la-historia-de-la-negacion-al-arte-de-la-milarca>

Sin dejar de ser naco, sin cambiar de estética que tengo y sin cederte nada y, sobre todo, sin elevar la plusvalía del lugar donde vivo. A quien le urge que nuestros terrenos eleven su plusvalía es a los otros, a quienes planearon esta interconexión y tienen terrenos al otro lado de la loma.

A nosotros, no. ¡Viva la naquez! (Érika Charles)

¿Quién hace la ciudad y quién le da vida?

¿El poder traza la ciudad, los ingenuos escriben su tragedia y los subalternos, le dan vida?

No estoy seguro.

Me gustaría pensar que sí, que cada esquina es una oportunidad de crear una grieta para sembrar una angustia, un cuestionamiento, un espacio para el encuentro que trastoque la inercia de la ciudad, aunque sea ilegal, de manera subversiva.

No quiero ser optimista —va contra mis principios—; sin embargo, cada tanto encuentro pequeños brotes de resistencia. No en textos, no en instituciones, incluso no en simposios o charlas que pretenden "hacer ciudad" o en las manifestaciones que se oponen públicamente a disposiciones del poder público o privado; sino en la gente de la calle que tiene esperanza porque no puede tener otra cosa.

Con eso les alcanza para transformar la ciudad. Porque lo único que quieren es transformar su vida.

Bibliografía

- Aceves Ávila, Roberto. (2017). Los artistas como críticos. Reseñas sobre pintura hechas por artistas plásticos en el Boletín Mensual Carta Blanca, 19341939. *Anales del Instituto de Investigaciones Estéticas UNAM*, volumen XXXIX (no. 110). pp. 207246.
- Albiantum, Agustín. (2011). Zoom latinoamericano: ¿Grand Tour o precariedad curatorial?. *Esferapública*. 29 de agosto 2011. <http://esferapublica.org/nfblog/zoom-latinoamericano%C2%BFgrand-touro-precari-idad-curatorial/> Recuperado 23 de julio 2017.
- Benjamin, Walter. (1972). "París, capital del siglo XIX". En *Iluminaciones* 2. Madrid, España: Taurus.
- — (1989). "Pequeña Historia de la Fotografía". En *Discursos Interrumpidos I*. Madrid, España: Taurus.
- Blanco Arboleda, Darío. (2014). *Los colombianos y la cumbia en Monterrey, Identidad, subalteridad y mundos de vida entre inmigrantes urbanos populares*. Monterrey, México: FFL, UANL.
- Bravo, Carlos. (2011) Nuevo León, *Nuestra gente después de la tormenta*. Monterrey, México: Fondo Editorial de Nuevo León.
- Brea, José Luis. (2004). *El Tercer Umbral. Estatuto de las prácticas artísticas en la era del capitalismo cultural*. Murcia, España: Centro de Documentación y Estudios Avanzados de Arte Contemporáneo.
- Capistrán, Miguel. (2011). De cerveza, arte y publicidad. *Visor* (no. 431) https://issuu.com/mileniodiariojalisco/docs/visor_01oct2011 p. 6. Recuperado el 23 de julio de 2017.
- Casares Puentes, Eduardo. (2014). *La Cervecería Cuauhtémoc y la industrialización del noreste mexicano*. Ciencia UANL. Año 17 (no. 69). pp. 16-21.
- Casas, Juan Manuel. (2015). *Imaginario Interrumpido. Ensayos sobre el patrimonio inmueble perdido en Monterrey*. Monterrey, México. CONARTE.
- Cavazos, Israel. (1997) "Los Ojos de Santa Lucía". En *Monterrey, voces del viento*. Monterrey, México: UANL. Preparatoria 16.

- Contreras Delgado, Camilo. (2015). "La relación territorio e ideología. Una revisión desde la calle". En Contreras Delgado, Camilo. *Monterrey a través de sus calles. Una revisión desde las ciencias sociales*. Monterrey, México: CONARTE, Colegio de la Frontera Norte. pp. 45-58.
- — (Compilador). (2015). *Monterrey a través de sus calles. Una revisión desde las ciencias sociales*. Monterrey: Conarte, Colegio de la Frontera Norte.
- Compani González, Alberto y Víctor Alejandro Cavazos Pérez. (2013). *Murales, patrimonio artístico de Nuevo León*. Monterrey, México. CONARTE.
- Cordero, Karen. (2003). Lecturas del arte mexicano en el siglo XX. En *Mirar desde Monterrey, Arte mexicano y latinoamericano en la Colección FEMSA, 1977-2003*. Monterrey, México. Fomento Económico Mexicano, S.A., pp. 35-49.
- Dokins, Said. (2014). "Apuntes sobre desplazamientos del graffiti y arte urbano en Monterrey". En Trazos en el concreto. *Graffiti y arte urbano en Nuevo León*. Monterrey, México: CONARTE. pp. 131135.
- Espinosa Morales, Lydia. (2015). "Entre la norma, el trazo y el uso. Una breve historia de las calles de Monterrey". En Contreras Delgado, Camilo (Comp.). *Monterrey a través de sus calles. Una revisión desde las ciencias sociales*. Monterrey, México: CONARTE, Colegio de la Frontera Norte. pp. 2344.
- Foster, Hal. (2002). *Diseño y Delito*. Madrid, España: Akal.
- Fouquet, Anne e Ignacio Irazuzta. (2015). "El espacio urbano transitado: La calle desde el carro". En Contreras Delgado, Camilo (Comp.). *Monterrey a través de sus calles. Una revisión desde las ciencias sociales*. Monterrey, México: CONARTE, Colegio de la Frontera Norte. pp. 91108.
- Fuentes Mares, José. (1976). *Monterrey, una ciudad creadora y sus capitanes*. México: Jus.
- Fulton, Christopher. (2008a). Cuauhtémoc awakened. *Estudios de Historia Moderna y Contemporánea de México* (n. 35) pp. 547.

- — (2008b). Cuauhtémoc regained. *Estudios de Historia Moderna y Contemporánea de México*. (n. 36) pp. 543.
- FUNDENL. (2016). *La presencia de la ausencia. Historias de personas desaparecidas y reflexiones en torno a la desaparición en México*. Monterrey, México.
- García Canclini, Néstor. (1998). Arte desurbanizado, desinstalaciones fronterizas. En *Tiempo Privado en espacio público*. Catálogo de inSITE97 (pp. 38-48). Tijuana, México. CONACULTA INBA.
- — (2004). *Diferentes, desiguales y desconectados, Mapas de la interculturalidad*. Barcelona, España: Gedisa.
- García García, Alejandro. (2015). *Calles, Barrios y de sus arquitecturas efímeras*. Monterrey, México: Tilde editores, UANL.
- García Ramírez, Fernando. (2006). *Una empresa a través de los siglos: Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma*. México: Clio.
- García Ortega, Roberto. (2007). Conformación del área metropolitana de Monterrey y su problemática urbana, 1930-1984. En *Nuevo León en el siglo XX. La industrialización; del segundo auge industrial a la crisis de 1982*, tomo II (pp. 3571). Monterrey, México: Fondo Editorial de Nuevo León.
- Hardt, Michael. (1999) *Trabajo afectivo*. <http://www.enmedio.info/trabajo-afectivo/> recuperado el 4 de junio de 2018.
- Hernández, Marie Therese. (2002). *Delirio, the fantastic, the demonic and the réel: The buried history of Nuevo León*. Austin, USA: The University of Texas Press.
- Hernández Ramírez, Antonio (Coord.). (2015). *El bosque de La Pastora, memoria y lucha*. Monterrey, México: editorial an.alfa.beta.
- IMPLAN San Pedro. (2016). *Movilidad San Pedro*. http://movilidadsanpedro.org/archivos/movsp_publicacion.pdf
- Landa, Pablo. (2011). *Monterrey en el espejo. Crónica de sus habitantes, monumentos y espacios públicos*. Monterrey, México: Fondo Editorial de Nuevo León.

- López Carrera, Cristóbal y Nydia Cristina Prieto Chávez. (2014). "Los trazos locales de la canción y el caminar. Graffiti para un mundo global". En *Trazos en el concreto. Graffiti y arte urbano en Nuevo León*. Monterrey, México: CONARTE. pp. 125130.
- — (2015). "Notas sobre la guerra del narco, auge constructivo e inmobiliario y proyectos comunitarios en el centro de la ciudad de Monterrey". *Pliegos W* 02, septiembre. Monterrey: W.E.Y.E.S.
- — (2017). Rayar, caminar y convivir. *Memoria, símbolos y espacio en el graffiti de Monterrey, Nuevo León*. Monterrey: Cooperativa Rayanari/Meridianos Comunicación.
- López Villafañe, Víctor, "De lo local a lo global. La experiencia de Nuevo León en la globalización", en *Nuevo León en el siglo XX. Apertura y Globalización, de la crisis de 1982 al fin de siglo*, tomo III, Fondo Editorial de Nuevo León, Monterrey, 2007, pp. 6185.
- — (coord.), *Nuevo León en el siglo XX. Apertura y Globalización*, de la crisis de 1982 al fin de siglo, tomo III, Fondo Editorial de Nuevo León, Monterrey, 2007.
- Lupercio, Carlos Alejandro. (2015). "La Macroplaza de Monterrey. Donde las musas no fueron convocadas". *Pliegos W* 01, junio. Monterrey: W.E.Y.E.S.
- Novo, Salvador. (1965). *Crónica Regiomontana, breve historia de un gran esfuerzo*. Monterrey, México: Cervecería Cuauhtémoc.
- — (2000). *La vida en México en el periodo Presidencial de Luis Echeverría*. México: CONACULTA.
- Nuncio, Abraham. (2014). "La Yema y la rama. Inicios del movimiento plástico. En Garza, Eliseo (Coord.) *Biblioteca de las Artes de Nuevo León*. Tomo III, Artes Visuales. Monterrey, México: CONARTE. pp. 41-81.
- Mejía Madrid, Fabrizio. (2015). *Un hombre de confianza*. México. Debolsillo.
- Mendoza Luna, Daniela. (2016). *El que no brinque es buga, crónicas de las marchas del orgullo gay a la diversidad sexual*. Monterrey, México: Tilde, CONARTE.

- Mendirichaga, José Roberto, *Patrimonio plástico de la UANL*, col. Patrimonio/1 Pintura y Escultura, UANL, San Nicolás de los Garza, 1991.
- Morado Macías, César, "Proyecto revolucionario y educación universitaria en Nuevo León", en César Morado Macías (ed.), *La transición al mundo moderno, del reyismo a la reconstrucción (1885-1939). Nuevo León en el siglo XX, Tomo I, Monterrey*, Fondo Editorial de Nuevo León, 2007. pp. 81115.
- Moreno Zúñiga, Rebeca. (2016). *La invención de la Ciudad del Conocimiento, Monterrey en la antesala de la violencia social*. Buenos Aires, Argentina. Estudios Sociológicos Editora.
- Montaner, Josep Maria (2002). *Las formas del siglo XX*, Barcelona: Gustavo Gili.
- Murray, William Breen. (1992). "El Arte Rupestre en Nuevo León. Herencia cultural del Pasado". En Miguel Covarrubias (ed.), *Desde el Cerro de La Silla, Artes y Letras de Nuevo León*, Monterrey, México: UANL. pp. 19-37.
- Ortega Ridaura, Isabel (coord.), *Nuevo León en el siglo XX. La industrialización; del segundo auge industrial a la crisis de 1982*, tomo II, Fondo Editorial de Nuevo León, Monterrey, 2007.
- Palacios Hernández, Lylia, "Consolidación corporativa y crisis económica en Monterrey, 1970-1982", en *Nuevo León en el siglo XX. La industrialización; del segundo auge industrial a la crisis de 1982*, tomo II, Fondo Editorial de Nuevo León, Monterrey, 2007. pp. 207-244.
- — (2007). De la cultura del trabajo a la cultura de la competencia. En *Nuevo León en el siglo XX. Apertura y Globalización, de la crisis de 1982 al fin de siglo*, tomo III, pp. 163-196. Monterrey, México: Fondo Editorial de Nuevo León.
- Peredo, Ximena. (2015). "La defensa de La Pastora: tres cartas de navegación". En Hernández Ramírez, Antonio. *El bosque de La Pastora, memoria y lucha*. Monterrey, México: an.alfa.beta. pp. 9-34.
- Pozas, María de los Ángeles, "Las grandes empresas regionales frente a la economía global: Dos décadas de adaptación y cambio",

- en Nuevo León en el siglo XX. *Apertura y Globalización, de la crisis de 1982 al fin de siglo*, tomo III, Fondo Editorial de Nuevo León, Monterrey, 2007, pp. 87127.
- Prieto González, José Manuel. (2012). Entre ficción y realidad, o la realidad de la ficción: Monterrey a través de la mirada de narradores y poetas. En *Poéticas Urbanas, representaciones de la ciudad en la literatura*. Monterrey, México: UANL. pp. 381429.
 - — (2014). Patrimonio moderno y cultura arquitectónica en Monterrey, claves de un desencuentro. Monterrey, México: Fondo Editorial de Nuevo León.
 - Ramírez, Eduardo. (2009) *El triunfo de la cultura, Uso político y económico de la cultura en Monterrey*. Monterrey, México: Fondo Editorial de Nuevo León.
 - Rangel Guerra, Alfonso (Comp). (1991). *Una ciudad para vivir. Variaciones sobre un mismo tema*. Monterrey, México: Fondo Editorial de Nuevo León.
 - Recio Cavazos, Gabriela. (2016). *Don Eugenio Garza Sada, Ideas, acción, legado*. Monterrey, México: CEGS, Editorial Font.
 - *Recorridos culturales 1*. (2013). Monterrey, México: CONARTE.
 - *Recorridos culturales 2*. (2013). Monterrey, México: CONARTE.
 - Rivera Tuñón, Teresa, *Arte, museos y estrategias empresariales*, Universidad de Monterrey-Centro de Información Regional sobre las Artes Visuales, Monterrey, 2005.
 - Rodríguez, José Antonio (1996) "Testimonios de la Fotografía en Monterrey". En *Monterrey en 400 fotografías*. Monterrey, México: MARCO. pp. 77-104.
 - Salazar Torres, Citlali. (2004). *La imagen de un héroe y un monumento, Cuauhtémoc, 1887- 1913*. Secuencia (no. 59) pp. 201-214.
 - Salazar, Humberto, "La entrada al nuevo siglo". En Xavier Moysén Lechuga (ed.), *Artes plásticas de Nuevo León, 100 años de historia siglo XX*, Monterrey, México: Museo de Monterrey, 2000. pp. 1164.

- Saragoza, Alex M. (2008). *La élite de Monterrey y el Estado mexicano 1880-1940*. Monterrey, México: Fondo Editorial de Nuevo León.
- Sassen, Saskia, "Los impactos de las tecnologías de la información en la economía urbana y en la política urbana", en *Contrageografías de la globalización*, Traficantes de sueños, Madrid, 2003.
- Sotomayor, Marga Julià y Félix Manito, "Entrevista con Saskia Sassen", *Kreanta* digital número 1, <http://www.kreanta.org/actividades/pdf/Entrevista%20Saskia%20Sassen.pdf> recuperado el 19 de julio del 2017.
- Snodgrass, Michael. (2008). *Deferencia y Desafío en Monterrey. Trabajadores, paternalismo y revolución en México, 1890-1950*. Monterrey, México: Fondo Editorial de Nuevo León.
- Tapia, Claudio. (2015). "La Pastora: despojo y ecocidio consentido". En Hernández Ramírez, Antonio. *El bosque de La Pastora, memoria y lucha*. Monterrey, México: an.alfa.beta. pp. 67-88.
- *Trazos en el concreto, graffiti y arte urbano en Nuevo León*. (2014). Monterrey, México: CONARTE.
- Villegas, Alejandra. (2015). Recuperan sus barrios. *El Norte*. Recuperado el 23 de julio de <http://www.elnorte.com/aplicacioneslibre/articulo>
- Vizcaya, Isidro. (2006). *Los orígenes de la industrialización en Monterrey. Una historia económica y social desde la caída del Segundo Imperio hasta el fin de la Revolución, 1867-1920*. Monterrey, México: Fondo Editorial de Nuevo León.
- *Pliegos W*. Publicación trimestral. (2015-2018). Monterrey, Monterrey: W.E.Y.E.S.
- Zapata Novoa, Juan. (1993). *Tercos y triunfadores de Monterrey. Los retos de Monterrey en el siglo XX*. Monterrey, México: Ediciones Castillo.



El Cuauhtémoc de Troya

terminó de imprimirse en verano del 2021
en los talleres de Grupo Espinosa, S.A. de C.V.

El cuidado de la edición estuvo a cargo de
Marcela Quiroga Garza, Rocio Cárdenas Pacheco
y Elsa Deyanira Caballero Cantú.

Diseño editorial de José Eduardo Mallén Lomas.

Con la colaboración del Fondo Editorial de Nuevo León.

OTRAS PUBLICACIONES:

Investigación artística y vanguardias:
paradigmas y estrategias actuales

MIGUEL GONZÁLEZ VIRGEN

Maquinolatría

BENJAMÍN SIERRA VILLARRUEL



En la segunda década del siglo XXI, la ciudad de Monterrey experimentó una serie de cambios que la cuestionaron y la hicieron experimentar un retiro hacia lo privado hasta resultar en un vacío, debido –entre otras cosas– a la crisis de inseguridad que desmembró la movilidad de la ciudad. Este libro pretende registrar –hacernos conscientes de– los cambios culturales, para volverlos procesos reflexivos y que no se queden solo en reacciones efímeras.

El espacio público se presenta como un territorio cultural. Los sujetos de análisis son imágenes fotográficas o de los medios, arte, diseño de etiquetas, graffiti, murales, la arquitectura simbolizada en la construcción de un perfil urbano, las maneras en las que las personas toman –o son despojadas o arrojadas hacia– la calle y se apropian simbólicamente de algunos lugares.

Partiendo de una imagen, se analizan las transformaciones y diálogos que entabla en distintos ámbitos sociales. A través de algunas de sus manifestaciones en la ciudad, se evidencia cómo el espacio público ha cambiado su uso y sus valores simbólicos a lo largo de las últimas décadas.

La relevancia del espacio público se ve reflejada también en la estructura del libro. Construido en base a una revisión de más de 70 fuentes bibliográficas, el resultado es la confrontación de diversas voces que van conformando un diálogo vivo sobre el espacio público de Monterrey, sin dejar de establecer una visión personal.

EDUARDO RAMÍREZ

