

HN 110
Z91-463
198
**WITHDRAWN
UCR LIBRARY**



Los

**MEROS
MEROS**



de Monterrey

*Manual de conducta
para multimillonarios*

**IRMA SALINAS
ROCHA**

*Los Meros Meros
de Monterrey*

Irma Salinas Rocha

Los Meros Meros de Monterrey

*Manual de conducta
para multimillonarios*

WITHDRAWN
UCR LIBRARY



Claves Latinoamericanas



Cuidado de la edición: María del Carmen Merodio,
Miguel Ángel Guzmán
y Laura Piedra Buena
Diseño de la portada: Fernando Rodríguez

Primera edición: 1983

DR (c) Claves Latinoamericanas, S. A. de C. V.
Morelos, 20-408; Centro; México, D. F.
Teléfono 510 31 22

DR (c) Oficina de Investigación y Difusión
del Movimiento Obrero, A. C.
Apartado postal 731; Monterrey, N. L.
Teléfono 48 63 61

ISBN 968-843-013-7

Impreso y hecho en México

Índice

Ser multimillonario o no ser	11
<i>Monopoly: the name of the game</i>	13
Hogar, lujoso hogar	15
Que de dónde, amigo, vengo. . .	17
El buen yantar	22
Contra castidad, lujuria	24
Al fondo, a la derecha	26
Su casa, su castillo	28
Señor de la tierra	29
Dime con quién andas y te diré cuánto vales	30
Padre zapatero, hijo tesonero y nieto Mero Mero	34
Mejores escuelas harán de sus hijos mejores millonarios	37
Campestre, Industrial, Casino (CIC): inevitable trilogía social	41
Dios los hace y los clubes los juntan	45
<i>Bon voyage</i>	48
Católica, Apostólica y Privada	54
Bautizo	55
Primera comunión	56
Confirmación	57
Que la sangre una lo que el dinero separa	57
Hay muertos que sí hacen ruido	62
Las apariencias no engañan	64
<i>Dorian Grey on a Thousand Dollars a Day</i>	67
Los ejes de su <i>De Luxe</i>	69
¿A qué dedica el tiempo libre?	70

En pilares de oro y plata	73
Cómo hacer deporte y triunfar en los negocios	73
Acate su Decálogo y no descuide su barnizada	75
Viaje y cultívese	77
La guía literaria del <i>Reader's Digest</i>	81
<i>Show time</i>	82
Deberes cumplidos igual a imagen pública elevada al cuadrado	85
Pecar, hacer penitencia y luego vuelta a empezar	88
Vida nocturna	91
Placeres clandestinos	94
Imprescindible copia al carbón	98
Lo permitido y lo censurado	100
El medio es el mensaje	104
El sueño dorado: su corporativo	105
Instrucciones para el nuevo Aladino	109
Caballero de fina estampa (y con dinero)	113
Las reglas de la inversión	117
Tierra y. . . Utilidad	118
Agroindustria y señorío	120
Caiga en blandito en sus empresas-colchón	121
Venda su imagen y semejanza	122
Con el ocio se hace negocio	125
¡Todo por la camiseta!	126
La onda cultural	129
La letra con prestigio entra	131
Sólo hay una empresa madre en la vida	135
Modelos para todos	137
La Meca	139
Diástole y sístole	140
A la conquista del mercado	143
El milagro de la integración	146
Ábrete, Sésamo	149
Turismo sin barreras	152
Hacer negocio propio con dinero ajeno	156
Su empresa: esencia de la patria	158

Para épocas de crisis	165
Un nuevo verbo para usted: <i>camisetear</i>	169
De la grilla a la Silla	172

Los Meros Meros de Monterrey

¿Sueña usted con hacerse inmensamente rico? No está mal. Nadie, sin embargo, fantasea con la riqueza —excepto Rico Mac Pato— sin aspirar a servirse de ella para otros fines. Cuando se persigue acumular una fortuna es natural pretender alcanzar el éxito personal, según rezan las leyendas de los grandes potentados. Hacerla, en otras palabras.

Algunos, los pocos que hayan reunido diez mil millones de pesos, podrían creer que ya la hicieron, y con ello sentir que forman parte de la Gran Élite Regiomontana. Están totalmente equivocados. Diez mil millones, por sí solos, no son suficientes; se requiere algo más, y ahí está el secreto. Cómo se las gastan y qué tan difícil es codearse y convivir con los Meros Meros que la integran son cuestiones que deben conocerse al dedillo para poder aspirar a tan selecto, exclusivista e inaccesible grupo.

En nuestra cultura actual a nadie le interesa en Monterrey cómo es que usted llegó a conseguir su fortuna. Poco importa si la heredó de sus tesoneros ancestros que empezaron a amasarla —cuando esta ciudad apenas se formaba— a través del contrabando, las drogas o la sustitución de una bebida perniciosa por otra de *moderación*. Lo mismo da si se la sacó en la Lotería o los Pronósticos Deportivos que si la acumuló con malas artes, apropiándose los terrenitos de muchos pobres o los terrenotes de una viuda

ajena a los negocios, comprándolos en centavos que luego usted vendió en cientos e inclusive miles de pesos, tras habérselas arreglado con el gobierno para que éste hiciera obras de supuesto interés público a un lado o por en medio de su redituable propiedad. Tampoco importa si para llegar a ser multimillonario robó la herencia de sus familiares protegido por la impunidad conseguida de los altos funcionarios públicos versados, como todos sabemos, en intereses privados. Y nadie se va a inmutar si de la noche a la mañana, o de un trienio o sexenio a otro, usted, que poco tenía, pasa a engrosar las filas de los multimillonarios después de haberse sacrificado sirviendo activa y honestamente al pueblo.

Digamos que, sea como sea, usted ya vale diez mil millones de pesos, y que esto lo coloca entre la gente de la *jai-sos*, muy, muy por encima de la inmensa mayoría de sus conciudadanos. Ya tiene derecho a exigir que le antepongan un don a su nombre, que el *maître* de los mejores restaurantes lo escolte a los lugares estratégicos donde quede usted más visible o nada visible, según las circunstancias. Puede darse el lujo de estacionar su auto en doble fila sin las molestias y amenazas de *mordida* que tiene que sufrir el resto de los mortales. Si antes nadie lo *pelaba*, hoy sus opiniones se vuelven dignas de tomarse en cuenta; sus gustos, *hobbies* y manera de vestir los imitan sus subalternos, y sus aspiraciones adquieren una nueva dimensión en quienes no tienen un ingreso anual de nueve cifras, e incluso los que antes pudieran ser sus vicios ahora se convierten como por ensalmo en gracejos y deslices cortesanos. Cuenta usted con los medios de viajar, comprarse varios carros (uno blindado, por supuesto) y una residencia precisamente donde se encuentran las legendarias mansiones de los integrantes de la Gran Élite.

Y lo que es más, usted ha llegado a esa sublime condición, entre mágica y divina, de haber sustituido el dinero por su firma, y a veces hasta por su nombre.

Ya la hizo. Pero, ¿acaso es así?

Ser multimillonario o no ser

Ser un multimillonario en Monterrey quiere decir algo más que tener enlistados en el directorio telefónico dos números domiciliarios (el tercero, por supuesto, es privado) y tres o cuatro de su oficina; más que matricular a sus hijos en el Irlandés de los Millonarios de Cristo y a sus hijas en el Claustro Cultural Valle, A.C., y vamos que las cuotas de inscripción no son cualquier cosa. Ser un multimillonario en esta ciudad, donde los hay por cientos, no tiene mérito alguno mientras no se pertenezca al Círculo Interno del más alto *status* social. No porque alguien tenga diez mil millones podrá jugar golf en el Club Campestre de Monterrey, cuya membresía constituye algo así como una pequeña corte en la que el deporte diluye las jerarquías y donde la persecución de la famosa pelotita se vuelve una práctica tan noble como la caza del zorro.

La sangre azul en el Monterrey de nuestros días es algo que puede adquirirse por adopción; sin embargo, las dificultades para ello pueden ser mayores que atinarle a nacer entre holandas y damascos.

No cualquier *millonetas* puede tener el honor de recibir una de las invitaciones para el desfile de modas y la subasta de la filantrópica sociedad Mano Amiga, ya que éstas se reparten sólo entre Los Escogidos. Menos aún podrá aspirar a ser miembro del Club Industrial así como así. En primer lugar, es un club exclusivamente empresarial, y por millones que se tengan, no siendo empresario, el acceso al mismo es prácticamente imposible. Es cierto, aparte de los grandes señores de la industria, el comercio y la banca, por sus mullidos salones puede verse a ciertos empleados ejecutivos, encargados de las relaciones públicas y a uno que otro abogado de las firmas. Pero no hay que engañarse: su asistencia se debe a que las compañías distribuyen entre tales personas un puñado de acciones de este club mientras se hallan trabajando para ellas (jamás se ha parado aquí un empleado despedido o cosa parecida). Son profe-

sionistas que auscultan y hacen los tratos preliminares de los grandes negocios con otros de su nivel o con extranjeros que vienen a esta ciudad a proponer transacciones a las poderosas multiempresas regiomontanas. Así, en caso de no convenirles el negocio a los Meros Meros, éstos en nada se comprometen, puesto que ni siquiera habrán recibido personalmente en sus sagradas oficinas a los negociadores de marras.

Entre poseer diez mil millones y conquistar el acceso al anhelado Círculo Interno hay un trecho largo que recorrer. Si ésta es su aspiración, hay ciertos requisitos que no se puede brincar, so pena de caer en el ridículo. Es cuestión de observar, ubicarse, calcular y no dejar pasar la más mínima oportunidad.

Digamos que usted es un mal ciudadano. Éste es un lujo que algunos se pueden permitir sin tener consecuencias que lamentar. Hay sin embargo una ciudadanía especial, cuyas normas deben cumplirse al pie de la letra para no incurrir en sanciones imposibles de evadir mediante las consabidas transas. Le doy un ejemplo: usted no podrá jamás ingresar al *jet set* si no asume una determinada conducta. Esta conducta no se adquiere de un día para otro, por más que se pretenda invertir dinero en sobornos. En la última encuesta sobre todos aquellos que se han sacado el premio mayor en nuestro país desde que fue fundada la Lotería Nacional, en 1920, se observó que sólo el 0,3 del total se manejaba en los círculos del *jet set*. A todo esto, usted tendrá que aprender un axioma: un miembro de la Gran Élite Regiomontana es por definición un miembro del *jet set*, pero un miembro del *jet set* no es por definición un miembro de la Gran Élite Regiomontana.

La conducta y el dinero, desde luego, pero también un *saber pertenecer*, que es, en términos del éxito social, lo que los franceses legaron al mundo con el nombre de *savoir-faire*.

Para ganar la superciudadanía que constituye la Noble

Estirpe se requiere ir afinando ese sentido especial de las trepadoras, que van ganando altura a la vez que se afianzan en cada una de sus ramificaciones. Pero cuidado, trepar no es sólo irse acomodando a tontas y a locas, sino ascender de acuerdo con los sutiles cánones establecidos de ese nivel social al que usted se empeña en incorporarse.

Monopoly: the name of the game

De un negocio aquí, una transacción allá, una concesión especial más allá, usted ha ido reuniendo, millón a millón, sus preciados diez mil millones de pesos.

En el Texas Commerce Bank tiene depositada en dólares una cantidad respetable, mas no excesiva, de su fortuna. Ha adquirido *commodities* en Merryl Lynch y Loeb & Rhodes. En los bancos mexicanos tiene varias cuentas corrientes. Además de los certificados de pago y papel comercial que posee, en la Bolsa compra y vende tanto acciones como futuros, arriesgando en este juego cantidades apreciables. Pero lo que es más importante, ya guarda sus buenos lingotitos de oro en el Credit Suisse o en el Swiss Bank Corporation, al cuidado de los *gnomos de Zurich*, que le proporcionan solvencia, prestigio y ese margen indispensable de tranquilidad que hace menos tenebrosas las noches de insomnio. Usted confía en la frase de Voltaire: "Si un banquero suizo se tira de cabeza por la ventana, tírese detrás de él: seguro que en el fondo se topará con dinero".

También tiene lo que la jerga monetaria llama *inversiones en activos sólidos*: terrenos, monedas, diamantes. En caso de emergencia (una terrible crisis o una más terrible revolución), lo podrán sacar de apuros. Los terrenos quizá no pueda salvarlos, pero lo que tiene guardado en su caja de seguridad en The Laredo Vault, Inc. nadie se lo podrá quitar. Poco a poco ha ido dominando el juego de *Monopoly*, ése que usted ha regalado a sus hijos para di-

vertirse e ir comprendiendo a la vez sus reglas, y que lo ha puesto en práctica en la realidad de sus negocios.

Nadie le podrá negar su calidad de hábil hombre de empresa. Usted se mueve con soltura en el Centro Patronal de Nuevo León y en las cámaras locales que agrupan a diferentes gremios de inversionistas. Pero también se ha dado a conocer en los organismos cúpula del sector empresarial (CONCAMIN, COPARMEX, CCE, PEMAC, USEM, CANACINTRA),* etcétera. Es miembro destacado del Club Sembradores de la Amistad, del Club Campestre, del Industrial, del Casino de Monterrey, del Opus Dei. Pero no se hace tonto, y su ambición se lo indica: hay jerarquías que aún no están a su alcance.

Quizás esa habilidad para hacer dinero no ha sido lo debidamente complementada con la correspondiente habilidad para desenvolverse socialmente de manera tal que cada hábito suyo, que cada movimiento personal y de su familia, que todo lo que le rodea, encajen perfectamente en la estrategia del juego *Monopoly*, cuyos aspectos no aparecen especificados en la relación inversiones-ganancias.

Esta estrategia es más sutil; no sólo requiere perspicacia para saber acrecentar el capital que se tiene, sino que exige una meticulosa combinación de destrezas empresariales con una conciencia cortesana y un espíritu maquiavélico. *El Príncipe* se convertirá en su Biblia. Ya hay hasta una versión actualizada y adaptada a la etapa de las grandes corporaciones con las que usted se hace ilusiones. Se llama *Management and Machiavelli* (hay traducción al español, pero usted, claro, se irá derecho al original).

Es necesario que usted se vea, hable, vista, actúe, tra-

* Confederación Nacional de Cámaras Industriales, Confederación Patronal de la República Mexicana, Consejo Coordinador Empresarial, Pensamiento Empresarial Mexicano, A. C., Unión Social de Empresarios Mexicanos, Cámara Nacional de la Industria de Transformación. (Nota del editor.)

baje, cohabite, se divierta y rece como lo hacen sus arquetipos de magnate todopoderoso. Deberá vivir donde ellos viven, relacionarse con quienes ellos están relacionados, pertenecer a los círculos a los que ellos pertenecen, acudir a los lugares que ellos frecuentan, adoptar las marcas de los objetos que ellos consumen, interesarse por lo que ellos se interesan, preferir a quienes ellos prefieren y, por encima de cualquier simpatía o admiración, parentesco, amistad o gratitud, repudiar a quienes ellos repudian.

El *Monopoly* del *status* social en Monterrey tiene múltiples componentes: la residencia, el tipo de escuela en la que se educa a los hijos, el modo en que se practica la religión, la forma de pensar respecto a los amigos y los enemigos políticos, los clubes sociales a los que se pertenece, las posiciones de liderazgo en asociaciones civiles y patronatos por las que se compite, la apariencia personal, los modos de emplear el tiempo libre. A todos necesita usted orquestarlos de tal manera que le permitan ingresar en el Gran Círculo de los Escogidos.

Como todo el mundo sabe, una estrategia, cualquiera que ésta sea, resulta un fiasco sin un centro de operaciones. Para usted este centro de operaciones tiene que tener necesariamente dos cuarteles: su oficina y su casa.

Hogar, lujoso hogar

Principiemos por su casa, es decir, su mansión.

Escoja a un arquitecto afamado que además de tener un magnífico gusto conozca al dedillo la vida interna de los Meros Meros. De otra manera le llevaría a usted eternidades adentrarlo en sus hábitos, costumbres, *hobbies* y manías para estar en condiciones de realizar un proyecto acorde con su posición, que quiere poner, a como dé lugar, a la altura de ellos. Recuerde que ha entrado ya a esa furiosa y permanente competencia entre los ricos que, como usted, se mueren por llegar a ser uno de los MMs.

Se mandará hacer una mansión enorme, imponente, ubicada si es posible en alguna loma o collado, *elegantly but richly subdued*, para no aparentar despilfarros ni caer en un rastacuerismo indeseable. Quien tiene *clase*, por su casa empieza. Pero esto no le preocupe mucho; en Monterrey *tener clase* se interpreta con una gran flexibilidad, y a veces sólo es sinónimo de tener mucho, muchísimo dinero. El estilo puede ser cualquiera. Poco importa si es una réplica de la mansión que fue de Merle Oberon en Acapulco. Puede optar por una modalidad regional del *bauhaus* o por un estilo colonial actualizado, donde pueda lucir sus miles de piezas arqueológicas que ha *rescatado* de manos incultas con el fin de preservarlas para sus sucesores. También puede preferir un estilo francés con altos techos de tejas grises, diseñados originalmente para impedir la acumulación de la nieve, que apenas si conocemos en Monterrey. Lo esencial es que ella pueda ser el frente mejor pertrechado de sus relaciones públicas —la dimensión arquitectónica, más que de su personalidad en sí, de su futura jerarquía social.

Antes de que haga las primeras —costosísimas— consultas, usted debe llegar a la convicción de que esa jerarquía se alcanza con todo lo que a usted lo rodea: mujer, hijos, secretarias, *butler*, chofer, costurera, ama de llaves y servidumbre. Su casa deberá corresponder en sus espacios, servicios y decoración a los papeles que cada uno de ellos juega en el ascenso de usted hacia Las Cimas de la Sociedad Regiomontana.

El plano de su casa. Muy importante. Usted y su familia, pero sobre todo usted, lo han hecho cambiar cuantas veces ha sido necesario a fin de no dejar pasar detalle y que la futura residencia satisfaga todas las necesidades de quienes habrán de habitarla, por un lado, y de quienes hayan de visitarla —que a veces resulta más importante que lo primero—, por el otro. Pero antes de darle el visto bueno a la versión final, usted, aunque no lo necesite para nada, contrate a un bufete de arquitectos norteamericanos para

que le hagan un dictamen sobre el dichoso plano. En todas las conversaciones traerá a colación tan inteligente como prestigiosa medida. Nadie se atreverá a tildar de malinchista su actitud; ya habrá advertido que entre más se escala socialmente en Monterrey, más va desapareciendo este tipo de formas atrasadas que en sí encierran un odio malentendido hacia nuestros naturales vecinos del norte.

Puede ser que con todo y gran arquitecto y demás peritos extranjeros en el arte de cobrar no dé usted en el clavo y haga de su mansión una errada agencia de su promoción social. Las sugerencias, en este caso, jamás salen sobrando.

Deseche toda idea de pequeñez al escoger la superficie del terreno donde habrá de construir su mansión. La tradición exige que su casa reproduzca, en escala urbana, los dominios de la vieja hacienda porfiriana. Todo lo que tiene que hacer es cambiar necesidades por comodidades y lujos: en vez de una milpa, un campo de golf; en vez de un establo, una perrera donde sus dobermans y sus huskies le darán al mismo tiempo un fiero y exótico aspecto a su jardín. El jagüey muy bien puede cambiarlo por un lago artificial en el que nenúfares y cisnes le den ese toque necesario de serenidad y belleza; a la troje, por un orquidario; y al pajar cómplice, por un gazebo.

Que de dónde, amigo, vengo. . .

Espacio y futuro siempre han marchado juntos. La familia crece, los hijos se casan y hay la necesidad de mantenerlos juntos para que la descendencia, roce social y negocios adquieran la unidad deseada. La superficie donde quedará asentada su mansión deberá ser enorme, simplemente. Y, desde luego, lo bastante alejada de los barrios comunes (por muy residenciales que sean), aunque no tanto como para perder de vecinos a aquellos con quienes sueña dialogar en un plano estricto de tú a tú.

Por más riesgo de que sus amigos le hagan burlas y chis-

tes fáciles comparando la barda de su casa con la Muralla China, no dude un momento en bardearla con sillares de cantera y a una altura que la resguarde de toda mirada curiosa. Recuerde que encerrarse es parte del juego. Que hablen de usted todo lo que quieran, pero que no lo vean. Sería desastroso que un fotógrafo sensacionalista captara a su mujer o a una de sus hijas disfrutando del solarium que usted mandará construir. Con recordar lo que le ocurrió una vez a Jacqueline Onassis en su isla privada a manos de un fotógrafo armado de un telefoto tendrá usted suficiente para estar prevenido.

Si bien los alrededores sirven para crear, entre otras cosas, la sensación de que su casa es un verdadero oasis dentro de las imperfecciones urbanas y naturales del medio, su interior deberá proporcionar la impresión, a quien se adentre en él, de que se encuentra en un país distinto, al otro lado del Bravo o del Atlántico.

Los primeros indicios se podrán encontrar en un pórtico de mármoles de esos que sólo se ven en las grandes catedrales (inspírese en la idea de Le Petit Trianon o en la consagrada por la mansión sureña de Scarlett O'Hara; sí, la de *Lo que el viento se llevó*) y en las bellas estatuas del mismo material que usted ha hecho importar de Italia a través de los *dealers* del Trade Mart de Dallas.

Majestad y últimos avances de la electrónica forman una magnífica combinación. El visitante no podrá dejar de advertir los foquitos que aparecen no sólo en la entrada principal, cuya puerta con sus dos hojas anchas y altas abre hacia el terreno de las alfombras, sino en varios de los muros del interior. Forman parte del sistema de *security* que funciona desde la verja principal, donde la cámara oculta del circuito cerrado de televisión hace saber si el que se aproxima a ella es alguno de la familia, de la servidumbre o alguien a quien se espera de antemano. Para los intrusos este primer nivel de su *security* hace funcionar automáticamente el otro nivel, conocido vulgarmente con el nombre de *guaruras*.

Ya en el interior, lo primero que debe extenderse a la vista es un amplio recibidor, al que usted se referirá en el término francés correspondiente: dirá *foyer* ((fuayé). Aquí lucirá un candil versallesco que no deje lugar a dudas sobre su autenticidad. El mobiliario de esta parte de su casa se verá más favorecido sin detalles modernistas o futuristas. Muebles franceses con tapiz d'Aubusson podrían ser una buena elección. Un *gueridon* o una consola de mármol de coral cuyos bordes esculpidos mostrarán esas hojas de acanto que han sido siempre, no se sabe por qué razón, sinónimo de tiempo conservado, agregarán un toque aristocrático a la elegancia de que usted se quiere rodear, amén de la reminiscencia de aquellos gloriosos días de paz y bienestar que le trajeron al país el apolíneo emperador Maximiliano y el recio presidente don Porfirio Díaz.

En algún lugar entre el recibidor y la sala deben aparecer los Bokharas. La vista tendrá que tropezarse con ellos y no faltará el elogio de algún *connoisseur* acerca de su tejido y diseño.

La sala, dentro del área social, es la dependencia de su casa donde usted concentrará su dinero, su gusto y su paso por la cultura de los cinco continentes. Que sea ecléctico el decorado de su sala: le dará la oportunidad de lucir lo que ha encontrado en los rincones más exóticos del globo; aunque puede también escoger un estilo uniforme, siempre y cuando muebles y objetos decorativos puedan probar su sello original, de colección. La variedad podrá ser aceptada si va acompañada de un toque espectacular; la uniformidad, no sin la factura genuina. En todo caso, opte usted, aunque le cueste más, por esta última.

El óleo de su mujer (en su mejor momento o con el mejor retoque) tendrá que presidir el decorado, sus formas, dimensiones y colores. Este retrato dará la idea de tradición, señorío y régimen doméstico. Su importancia es clave, pues de tal imagen dependerán muchas relaciones y promociones. Que puedan olvidarse de su modelo (o sea, de su mujer) no importa, pero que nunca se olviden de la

figura plasmada por el artista. El pintor tiene que ser, por ello, escogido mediante la mejor asesoría: un retratista de la talla de Manteola o Mignorance. Puede ser un Javier Rodríguez, de quien se dice que señora que pinta, señora que se divorcia. Tendría usted que evaluar sus necesidades conyugales.

Sus huéspedes no podrán dejar de admirar, así como lo hicieron con el óleo de la Señora-de-la-Casa, el piano de cola y la chimenea en mármol de Carrara —si diseñada por un Falconet, cuánto mejor—. La función de estos tres objetos es más que nada visual y prestigiante. Su mujer está para ser vista; su Steinway de cola está para ser visto, y no hay quien no lo entienda así, ni recibirá reproche alguno por tenerlo sólo de adorno; su chimenea está para ser vista, pues, como todo el mundo sabe, la temperatura en Monterrey es de no menos de 30 grados durante más de la mitad del año, y aún no se inventa una chimenea para refrigerar el clima.

Ya que los comentarios sobre los tapetes de seguro se habrán iniciado en el trayecto hacia la estancia, que éstos culminen en frases admirativas acerca de sus Tabrices o Blue Kirmans de 2 400 nudos por centímetro cuadrado, que tejieron delicadas manos infantiles de obreritas persas superexplotadas, cuya existencia, desde luego, no entrará en la charla. Como buen anfitrión —arte que tendrá que dominar a la perfección, según los severos cánones de *Etiquette*, de Emily Post—, usted sabrá distribuir a sus invitados según los rangos y jerarquías de éstos. Para ello lo clásico es dividir la estancia en diferentes estrados, que pueden ser tres o cuatro. Cada uno de ellos estará destinado a distintos tipos de invitados. Curiosamente, sin necesidad de intervenciones embarazosas, en estas ocasiones cada quien encuentra el nivel que se le ha asignado. Estas delimitaciones deberán seguir un orden único, sobre todo si usted ha logrado hacer de su residencia un museo funcional cuyas piezas respondan a una colección básica. Pero, cuidado, lo de “museo funcional” puede tornarse en algo

contrario al concepto de *habitat* si el hacinamiento le gana terreno al espacio bien distribuido. Esto le acarrearía críticas indeseables. Ahora bien, los diversos estrados podrían seguir estilos distintos. Un estrado puede ajustarse a una decoración barroca, otro a una de la época de los Luis y otro a la de tipo neoclásico y hasta oriental o *art nouveau*, tan de moda nuevamente. Con la asesoría de sus decoradores nunca tendrá suficiente, y para no poner cara de bobo o nuevo rico cuando alguno de sus huéspedes le resulte más o menos conocedor, usted deberá meterse algunas ideas elementales de decoración en la cabeza. El *Architectural Digest* podrá servirle de autoridad no muy sofisticada pero a mano para salir del paso. Sin embargo, salir del paso, recuérdelo, es siempre sinónimo de improvisación; quedar bien es la técnica natural de los *snoobs*. Esta categoría no lo degradará en el juego de las apariencias que todos sus prototipos juegan. Inclínese, entonces, por aparecer armado de su *Connaisseur* o de su *International Art and Antiques Yearbook*.

Si usted logra deslumbrar con los tibores —dinastía Ming—, con las *antiques* adquiridas en Pisa, Montecatini o Londres, con los tapices traídos directamente de Turena o de Loira, con sus relojes venecianos, con sus vasijas etruscas o cretenses, con sus esculturas registradas en los catálogos mundiales, ése, no lo dude, será en su programa ascendente un auténtico logro. Sobre todo si convence de que sus objetos en cuestión han sido traídos *directamente* del lugar de origen. *Directamente* es palabra clave, aunque su interlocutor y usted sepan de sobra que en realidad quiere decir a través de intermediarios, *art scouts*, *dealers* o amigos de buen gusto que cobran sutilmente por ejercerlo.

Ya usted sabe que los logros cuestan, y cuánto, pero mejor será que deje la calculadora en su lugar para no alarmarse. Sus diez mil millones de pesos se le pueden encojer con tantas importaciones. Pero no se amilane, su casa también es una inversión que puede serle rentable si

logra sacarle el mejor provecho. El secreto tiene sus riesgos: en sus empresas usted puede hacer economías y nadie se lo va a criticar, al contrario. Mas en su casa dar la más leve idea de ahorro le puede atraer rumores contrarios a su interés. Por eso una vez que ha decidido construirla tiene que apechugar. No es aconsejable, así, que usted se limite a los exteriores, al recibidor y al área social concebida de manera restringida. Para impresionar de verdad y no hacerse sospechoso de burócrata favorecido con una secretaría de Estado o con la gubernatura de una entidad federativa, déle señorío y calidad a su residencia. Reflexione sobre algunas ideas básicas.

Una biblioteca, una *loggia*, un cuarto de trofeos, una galería, una cava, un cuarto de juegos, una sala acústica, un *T. V. room* y varios rincones de reposo de esos que aprovechan las parejas furtivas en la primera ocasión que se les presenta. Si en su casa todo esto forma parte de su poder de promoción económica y social, no dude que también habrá de proporcionarle la convicción personal de *estarla haciendo* (*making it*, como lo aprendió en inglés y ya no pudo abandonarlo en español).

El buen yantar

Prueba de fuego para todo aspirante es saber sentarse a unà mesa y poder cumplir con todos los cánones que supone su servicio, el departir con los invitados y la puesta en práctica de un buen aprendizaje gastronómico. Usted debe producir la impresión de que se sienta a la mesa no tanto para comer, sino para disfrutar; para revelar a los demás que, comenzando por este lugar, tiene ganado el derecho de pertenecer a las más altas esferas del Roce Social en Monterrey, urbe que está más cerca de las grandes metrópolis internacionales que de la capital de Chiapas o Zacatecas.

Esta parte de su promoción exige un escenario adecua-

do: el comedor. Si en la sala se requería demostrar lujo, en el comedor se requiere demostrar la utilidad de lo bello y lo bello de la utilidad. Usted tiene que partir de la idea de que no es nada fácil reunir ciertos objetos y además manejarlos. La dificultad aumenta, pues la sabia combinación de una y otra cosa depende en gran medida de la participación de su esposa. Aquí es donde usted se cerciora de lo importante que es haber hecho una buena elección conyugal, pues ello le ha evitado tener que enseñar a la Señora-de-la-Casa cómo poner y disponer, porque, a final de cuentas, lo que no fue aprendido a tierna edad suele notarse. Sus millones le ayudarán a maquillar ciertos defectos o fallas, que incluso podrán ser vistos, si usted no cesa de ascender en su espiral monetaria, como sutiles tonos de imperfección, que al igual que los carbones en ciertos brillantes, los hacen más dignos de crédito.

Cuatro o cinco toques maestros harán de su comedor el soberbio lugar donde usted podrá desplegar su don de señor: una gran mesa tallada en maderas preciosas, cuya sola condición es que no sean del país; un magnífico biombo coromandel del siglo XVIII o un gobelino de Bruselas; una araña de cristal de roca y perfiles de bronce; un par de candelabros barrocos y un descomunal centro de mesa de oro macizo y espejos. Si a todo esto puede agregar una consola Boule adornada con urnas de Sèvres o *sat sumas* gigantescos, el grado de superioridad que usted pretende ejercer sobre sus comensales será indudablemente mayor. Mantel de Brujas, Hong Kong o Damasco cubrirán su mesa, y en su bordada superficie lucirán los platos de servicio y las cuchillerías Cristophle de plata maciza o de oro. A sus comensales esperan otras sorpresas. Sobre todo debe empeñarse en hacer que abran la boca no sólo para comer y hablar, sino para admirar, para alelarse. Y aquí es donde a los toques maestros de su comedor usted remata con un desplante de monumentalidad. No escatime: la bóveda —que no techo— tendrá que ser de alabastro. Como en un eco producido por este material, lo que recogerá la vista

será prolongado en el oído. Alabastro. A falta de una charla verdaderamente ingeniosa o culta, usted ofrecerá formas, colores, estilos y nombres que su buen dinero le han costado. Claro, lo mejor será callar la participación de este o aquel decorador en la selección y arreglo de sus diferentes conjuntos y motivos, y mencionar, con la modestia del caso, que ha sido obra del buen gusto y dedicación de su mujer.

Muebles, modales, viandas selectas que lo acrediten como un buen *gourmet*; copas en el mejor cristal regiomonitano —diseño especial— que reciban sus vinos generosos salidos de su cava nutrida por las mejores y más centenarias cosechas de *Appellation d'Origine Contrôlée* (como corresponde a todo un *tête-vin*), y, claro, loza de *bone china* con filetes de oro y en cuyo centro, radiantes y poderosas, sus iniciales forman el monograma de esa noble dinastía que con usted se inicia.

No puede permitirse ignorar que la repetición hace la fama. Haga que su monograma aparezca en lugares inevitables: en la verja, por supuesto; en los cristales de sus vitrinas; en las chapas de puertas y cofres.

Contra castidad, lujuria

La idea del museo expresamente llevada hasta sus últimas consecuencias, como ya sabe, no es recomendable. Salvo que pueda comprarle al British Museum su colección de frisos griegos, para lo cual sus diez mil millones no le servirán de nada —y menos convertidos a libras esterlinas—, opte usted por la sutileza. Coloque sus Tamayos, Riveras, Orozcós, Cuevas, Gerszos, Méridas *et al.* en paneles de maderas antiguas a lo largo de sus diferentes corredores, en el centro de su sala acústica, en los descansos y en los rincones que no le han de faltar. Si consigue dar la impresión de que usted no habita en una galería, sino de que su culto al arte lo ha llevado a crearle un recinto, que es su casa,

habrá acumulado puntos en su favor. Desde luego, debe evitar a toda costa hacer sentir que se trata de un templo pagano. Podrá tener desnudos renacentistas, tótemes polinesios, esculturas eróticas en marfiles africanos, una colección de Budas de diferentes países y épocas, pero el énfasis tendrá que ponerlo en una buena iconografía católica cuya imagen fundamental sea el agónico Cristo crucificado.

Precisamente será en su recámara donde deberá poner el mayor esmero en producir una atmósfera de recogimiento espiritual y reverencia íntima, para alejar lo más posible la imagen de lo que usted y su esposa hacen de vez en cuando en la cama, además de dormir.

El *prier-Dieu* será una delicada pieza decorativa que hablará con elocuencia de la raigambre religiosa de su familia. Si puede conseguir, de manera astuta y persuasiva, aunque sea una hojita del gran árbol genealógico en cuyo tronco tuvieron algo que ver los reyes católicos de España, hágale honor a este hallazgo con muebles españoles de fuste: un bargueño de fina talla del siglo XV con el escudo de armas de sus nobilísimos ancestros, un sillón frailerero del siglo XVI, una cama con su dosel de la misma época, un armario convertido en alojamiento de magnífico estéreo y televisión manejados a control remoto. Con todas las dificultades decorativas que ello implica, usted y sus decoradores harán el máximo esfuerzo por dejar un espacio visible y destacado que será ocupado por la Morenita del Tepeyac y el pergamino con la bendición papal recibida directamente, en audiencia privada, de manos del Santo Padre en cualquiera de sus viajes a la Ciudad Eterna.

La otra opción es la opuesta. En lugar de esa mezcla de oratorio y plácido reposo, su *master bedroom* puede tener un diseño erótico-flamboyante animado por espejos en el techo y las paredes, que lo conviertan en escenario de las locuras sexuales más intergalácticas. La cama sería, en este caso, el centro de la decoración. Deberá tener las dimensiones de una pista, lo mullido de una nube y lo ele-

gante y lujoso de la mejor alcoba imperial. En su videocas-
setera y en su discoteca reservada habrá *pornofilms* y
pornomúsica que crearán un ambiente muy *mixed media*,
acorde con las prácticas modernas del arte amatorio. Será
desde luego un riesgo, y correrlo le puede crear problemas
de imagen. Es lo mismo que si en su baño manda poner
llaves de oro macizo, detalle que en usted sería un exceso
mal visto. En tanto que aún se halla en el camino de ser
uno de los Meros Meros, está impedido de hacer todo lo
que se le pegue la gana. Recuerde que incluso aquellos que
ostentan este título por herencia y que se han salido de
la norma en algún momento de sus vidas lo han tenido que
lamentar. Por si las dudas, consulte a su decorador; quizá
él le pueda resolver el problema de conciliar sus sueños
domésticos de Hugh Heffner con sus aspiraciones de per-
tenecer a la Gran Élite. El propósito de contar con uno de
esos pasadizos como el que conectaba el obispado con la
catedral puede serle útil para hacer que estos sueños en
los que su esposa entra, pero sólo como una de tantas
bunnies, se le hagan gozable realidad. El pasadizo puede ir
de uno de los rincones de su campo de golf directamente
a su *master bedroom*. Puede, incluso, darle un toque per-
sonal decorándolo con estroboscopios, colores pospsico-
déllicos y símbolos sexuales. Entre estos últimos, con un
poco de imaginación, puede incluir al *g spot*, el punto
erógeno más sensible de la mujer, que no ha sido del todo
bien localizado pero cuya ubicación no se halla totalmen-
te fuera del área tradicional. Así que usted tiene toda la
libertad del mundo para representárselo de mil maneras.

Al fondo, a la derecha

La habitación principal deberá contar con dos dependen-
cias de valor imprescindible: el vestidor y el baño. El ves-
tidor —de cuya cajonería en cedro rojo usted y su esposa
no dejan de sentirse orgullosos— requiere un solo requisi-

to: ser kilométrico. La razón es simple; allí, además del extenso y costoso guardarropa de usted y de su esposa, debe haber espacio suficiente para el tocador con espejo irisado de luces (de día o de noche, según el tipo de maquillaje aplicable a las distintas ocasiones), un frigorífico para mantener en condiciones las pieles que cubren las carnes de la Señora-de-la-Casa y la caja de seguridad donde ella guardará las joyas de la familia, que con el tiempo se espera incluyan colecciones reales, pues no faltará princesa o reina de marido destronado o víctima de un magnicidio que ande en apuros económicos y quiera vender barato pectorales, brazaletes, sortijas y pendientes.

El baño requiere instalaciones anexas: sauna, turco y cuarto de masajes y máquinas cuyo costo se mide normalmente en centímetros y en lonjas reducidas. Requiere además el Jacuzzi y los *sprinklers* técnicamente dosificados para producir diferentes sensaciones. Lugar impensado para otra contemplación que no sea la del cuerpo, el baño puede convertirse también en el marco de alguna colección de conchas exóticas, mariposas o bacinicas de fina porcelana que permitan hablar al margen, por la heráldica que ostentan, de nobles posaderas. Alguien ha dicho que el mercado del arte se ha metido hasta el baño. Y con razón. Hoy tener un Miró o un Picasso en el *toilet* es sello de gran gusto. No sería sorpresa que el mismo camarada Andrópov, con su afición por la pintura, tuviera algunos cuadros abstractos en su propio baño.

Lugar de angustias y alivio, pero también de reflexión y fuga, en el baño de su casa no deben faltar revistas ni bien colocados pensamientos célebres sobre la edificación del espíritu, ni mucho menos la báscula electrónica con su correspondiente foco rojo de alarma, indicador de los pecados de gula o indisciplina corporal que siempre se está en peligro de cometer. Y claro, el mejor estímulo no sólo para impedir el funcionamiento del dichoso foquito, sino para hacer que la báscula dé menos en su espejo reductor,

maravilla de la moderna tecnología: en él usted se ve como quisiera estar con sólo regular sus controles, según los kilos que se prometa quitar de encima.

Su casa, su castillo

Su casa, métaselo bien en la cabeza, no puede ser sólo la casa de usted, don Fulano. Para conseguir lo que se propone, necesita inyectar en la visión de los demás la idea de que su casa es una proyección de su personalidad, pero muy especialmente el *status symbol* de una estirpe. Si logra que se refieran a ella no tanto como la casa de usted, sino como la casa de los de su apellido, tenga la seguridad de que ha empezado a marchar por el camino deseado. Por lo tanto, su casa deberá cumplir la función de lo que antiguamente se denominaba la casa solariega, o sea, el asiento de los dominios de una familia de la cual usted es el rey.

Si del rey es el castillo, la reina —supuestamente su esposa— al menos debe tener su alcázar, que en este caso será, digamos, su cuarto de costura, donde desde luego lo que menos hará es coser. Los herederos, por su parte, tendrían el equivalente a la sala de armas del príncipe en su gimnasio, en su *electronics room* (equipado con televisión de antena parabólica, videocassettera, C.Bs., *pin-ball machines*, videojuegos, grabadoras, estéreos, etcétera) o en su cuarto de juegos.

La casa en sí, además, debe tener un motivo propio que sea inevitable recordar: un campo de golf, un lienzo charro, una sala de espectáculos, una impresionante biblioteca olorosa a piel y maderas o una capilla de santos estofados penetrada por el olor a cirio e incienso (donde leer o persignarse sea lo de menos), una alberca calentada a base de energía solar, la réplica en su jardín de la Villa Borghese o, si le da por el nacionalismo, de la Tzaráracua michoacana.

Si usted piensa que con ese dolor de cabeza del tamaño de una migraña que le ha representado la construcción y

el decorado de su casa es suficiente para dar en el blanco, lamento desengañarlo. Su casa exige tener varias extensiones, y esto hay que entenderlo en el sentido apropiado. De la misma manera que se habla de la casa de don Fulano (o de los de su apellido), así deberá hablarse de su finca campestre, de su casa de playa —siempre que no sea en Acapulco, ¡huy!, no—, de su yate, que no desmerecerá frente al de un Onassis, de su *condo* en la ciudad de México, Cancún y Vail, de sus segundas casas en Rancho Viejo, Houston o San Antonio —que es donde va a vivir, sobre todo en épocas agitadas—, de su departamento en Nueva York, de su *flat* en Kensington Palace Gardens o Regency Park, en Londres, y de su *apartement* de París, en Les Champs-Élysées, cerca de l'Etoile.

Señor de la tierra

Para acentuar la importancia de su casa, usted debe institucionalizar ciertas recepciones, reuniones y festividades.

Es posible que la suerte no lo haya acompañado y que su nombre, por falta de previsión de sus padres, sea Augeberto o Epaminondas. Si así es, no dude en añadirse otro correspondiente al santoral cristiano. Augeberto Guadalupe o José María Epaminondas le permitirían adecuarse mejor a las circunstancias geográfico-culturales de Monterrey, que, para ciertos efectos, también es México. Que su santo se convierta en festejo regional y que la fecha de su celebración sea esperada por todo el mundo como uno de los acontecimientos relevantes del año. Será ésta la única fecha en que sus empleados, algunos de sus obreros más leales y desde luego sus parientes pobres y amigos lejanos tendrán la oportunidad de verlo de cerca y de ser saludados por usted en un ambiente de familiaridad y condescendencia.

La pleitesía que se rinde al señor de la tierra sólo es comparable a la que se le rinde al Señor del cielo. La otra fe-

cha que todos sus fieles servidores e incondicionales esperan celebrar en su casa es la Navidad. Curiosamente, como a Belén, todos se dirigirán a su *open house* en tan señalada ocasión para aportarle un presente. La regla es que usted no se desviva en un intercambio de regalos que lo coloque al mismo bajo nivel de un burócrata capitalino.

Aparte de estas dos magnas festividades anuales, las demás, por ejemplo la boda de uno de sus hijos, deberán tener un carácter de cierta exclusividad, y algunas de ellas, como aniversarios de su propia boda, celebrarse en una atmósfera de estricta intimidad.

Combinar sabiamente el espíritu reservado y hasta hermético con apariciones que para los demás signifiquen una especie de favor es parte del aprendizaje que usted debe elevar a la categoría de *manera de ser*.

Las recepciones a personajes nacionales e internacionales que puedan asegurarle futuras grandes ganancias tendrán que ser fastuosas, pero refinadas. No deje que la rigidez y el hálito victoriano se conviertan en su sello familiar. Usted agasajará a sus huéspedes en ocasiones no tan formales, como el cumpleaños de una de sus hijas, con los mejores espectáculos de la tierra. Pero, cuidado, traer a su residencia a las *cocottes* del Follies Bergère, y menos a las *show girls* de Las Vegas, le puede acarrear comentarios adversos. Tom Jones podría implicar incomodidades de las que es mejor prescindir. El peor sentimiento que puede anidar en usted es el de estar en todas partes menos en los sueños de su mujer. Barbra Streisand sería sin duda uno de los prospectos más aceptables para amenizar su velada. Aunque es judía, esto no lo saben muchos y resulta disfrutable, quizá por la misma razón, para todos los públicos. Otros nombres aceptables serían Liza Minelli y Mireille Mathieu.

Dime con quién andas y te diré cuánto vales

Ingresar a la Gran Élite Regiomontana implica hacer mucho

dinero y relaciones ventajosas. Una cosa lleva a la otra, y viceversa. Téngalo presente. Sin embargo, hacer relaciones resulta más difícil que hacer dinero. Usted puede tener sus diez mil, y qué digo, veinte mil millones, y escoger por pareja a la hija de un empleado municipal. Bien, olvídese de pertenecer jamás a la Gran Élite. Menos si su elegida —hacendosa, bella y fidelísima como pueda ser— carece del pulimento que da una educación bilingüe, los viajes, el gusto por la moda internacional y el roce, por supuesto, con círculos que rebasen aquellos que tienen por máximo lugar de reunión el Casino de Monterrey.

Pero supongamos que en el inicio de su ascenso usted no pudo casarse, y eso ya fue suerte, sino con una hijita de esas familias de la colonia del Valle que a base de préstamos, de argucias y de verdaderas hecatombes presupuestales han logrado hacerla sobresalir un centímetro y medio por arriba del montón. Ella fue la Graciosa Primera Majestad que mediante votos de simpatía comprados al precio casi de la ruina familiar triunfó sobre las demás competidoras en el memorable Baile de Coronación donde usted se dio maña para monopolizarla toda la noche. Cayó en cuenta entonces de que monopolizar es excluir para quedarse con la presa mayor. Bien que ha aprovechado aquella gozable lección.

Desde antes de casarse intuyó que la labor sacrificada y en momentos temeraria de los padres de su futura esposa tendría usted que continuarla hasta el más alto grado de perfección. Así llegó a descubrir que, en el juego del encumbramiento en Monterrey, el papel de su mujer era lucir. Si está con usted es para lucir; si se desplaza de un lado a otro es para lucir; si habla, aunque diga estupideces, es para lucir (todo el mundo entiende que el peor lugar común se convierte, dicho en lengua extranjera, en frase ingeniosa y desbordante de categoría); si asiste a cualquier lugar, ya sea a un desfile de modas en el Campestre, a un *vernissage* o a un concurso de jardinería japonesa, es para lucir.

Que su mujer luzca puede significar para ella un espongado *ego trip*; no importa, siempre que para usted signifique promoción y prestigio. Aparecer como un hombre de negocios con el cual es importante trabar amistad para planear una posible *joint venture* es siempre más efectivo si además se demuestra tener criterio selectivo, galantería y don de señor —en el sentido más flexible del término— respecto a su mujer. Ella, en su apariencia, deberá comunicar todo esto.

No puede ignorarse que el lucimiento de su mujer, en ciertas circunstancias, puede traer consigo dos tipos de resultados: desfavorables, si llegan a provocar la codicia de algún sujeto que sólo desee sacar ventaja, sin proporcionar nada a cambio, y aceptación de parte de ella para satisfacer al codicioso en cuestión, deslizándose hacia una aventura escandalosa y al margen de ciertas reglas públicamente censuradas, si bien sujetas a una mayor o menor tolerancia, dependiendo del rango de los personajes involucrados; o favorables, si el mismo caso de codicia satisfecha se convierte en el paso inteligente de su mujer por alguna alcoba estratégicamente situada en las Altas Esferas.

Desde allí, en algún momento, descenderá la inequívoca señal que los pedantes han dado en denominar con la frasecilla ésa de *noblesse oblige*. Sabrá usted entonces que su mujer hace bien las cosas, incluso aquellas que se considera que están mal hechas.

Su mujer puede carecer de atractivos personales como para hacer de su trato íntimo con uno de los Meros Meros una relación rentable para usted y toda la familia. No se amilane. Hay otras formas en que ella puede conseguir ventajas parecidas. Si el espíritu de la Madre Teresa llegó a tocar su fibra humanitaria, ésa puede ser una veta explotable. No se alarme: de ninguna manera se trata de que ella se flete en el cruce de una calle a pedir fondos para el Ejército de Salvación o la Cruz Roja, ni a dar horas preciosas metida en un uniforme severo asistiendo a leprosos. Su

vocación de entrega a los demás puede muy bien proyectarla organizando rifas entre amigos, ventas de garage, kermesses, bailes, desfiles de modas, té-canastas, corridas de aficionados y comedias musicales para obtener recursos —no del populacho, claro, sino de nuestros más Destacados VIP's— que serán destinados a obras de alta beneficencia. Caridad y relaciones públicas van hoy unidas muy de la mano.

Hay mujeres que llegan a ser verdaderas virtuosas en el arte de hacerse indispensables organizando eventos. Las relaciones que de esta manera se cultivan pueden brindarle a sus maridos oportunidades para cultivar las suyas propias.

El teléfono, que para algunas mujeres sirve de sustituto sexual, para otras sirve de auténtico medio para transmitir informaciones confidenciales que hacen de su poseedora un centro cada vez más solicitado de consulta y revelaciones. Su mujer puede ser una de ellas. Claro que este tipo de relaciones públicas entraña ciertas desventajas. Usted se verá excluido del sistema informativo de su mujer por razones lógicas. En los momentos más íntimos entre usted y ella siempre se presentará el timbrado inoportuno del teléfono.

Puede ser que le haya tocado la inmensa suerte de casarse con una mujer de gusto refinado. Ella se significará fácilmente como una asesora de las esposas de los Meros Meros para no vestirse como adefesios, para no escoger regalos que hablen de su pésimo gusto o para no ser embaucadas adquiriendo de un estafador un auténtico Renoir de su época cubista. Por muy diversas razones —ser intrigosa y viperina, entre otras—, puede ser que a su mujer no la quieran. Bueno, pues entonces que la teman. Su lengua le abrirá las puertas de alguna de las esposas de Los Escogidos. Se convertirá en su asesora, jefa de compras personales, encargada de sus relaciones públicas, y lo que es más importante: en su confidente. Lo de menos será que se gane el mal cotizado título de Rasputina. No habrá fiesta,

ceremonia o reunión *secreta* de importancia a la que no la inviten por temor a su inescapable mordedura. Tras sus afilados colmillos, usted podrá administrar las bolsitas de veneno en provecho de sus altas perspectivas.

Fantaseando, supongamos que usted se casó con una mujer culta de esas que en la Gran Élite brillan por su ausencia; también se erigirá en sabia consejera de esas otras mujeres que pueden rodearse de todo excepto de una buena lectura.

De los dones de su mujer a usted, casi automáticamente, le será atribuido el origen de ellos. Después de todo, ¿no es cierto que delajo de un gran hombre siempre se halla una gran mujer?

*Padre zapatero
hijo tesorero
y nieto Meo Mero*

Fortuna sin herederos huele a futuros buenos recuerdos y a incertidumbre presente. Recuerde que una de las bases de la confianza en el manejo de su riqueza es la estirpe. Sus hijos, por esta razón, juegan un papel muy importante en la expansión de sus bienes y operaciones. Aprenda de las Grandes Familias. Sin hijos adecuados a los intereses de sus empresas, éstas no serían lo que hoy son. Amasar una fortuna y formar a quienes habrán de heredarla constituyen acciones paralelas y de la más alta responsabilidad.

Esa responsabilidad empieza desde la gestación. Su mujer debe sujetarse durante este tiempo a un régimen de impresiones agradables, alimentación prescrita por su ginecólogo, cursos prenatales de respiración y ejercicios *ad hoc*, visitas satisfactorias a las tiendas *Page Boy*, distracciones ligeras y actividades relacionadas con la presencia del futuro portador de su nombre (compras de su ajuar, decoración del cuarto que habrá de habitar, contratación de la enfermera respectiva, etcétera). Consultar los libros onomásticos y los árboles genealógicos para encontrar el

nombre más afortunado que deberá imponérsele al nuevo vástago será una de las tareas amables a las que se entregará su esposa durante el embarazo. Desde luego, usted aspira a que algún día ese nombre se enlace a un Gran Apellido. ¿Qué mayor alegría que sus nietos lleven el apellido de un Mero Mero e, incluso, el de la esposa de éste si también es miembro de una de las Grandes Familias? Con los adelantos de la genética, además, usted puede esperar que un día esos nietecitos suyos se asemejen, como una gota de agua a otra, al miembro de la Noble Estirpe que le toque en suerte como ancestro. A través del elemento llamado *clon*, que permite reproducir individuos idénticos al individuo que se desee mediante un prodigioso trasplante de células, esa posibilidad estará al alcance de su mano.

El lugar del parto es muy importante. Si es en tiempos ordinarios, el heredero podrá ser dado a luz en la localidad, donde el Hospital San José es la maternidad *de rigueur*; si es en tiempos críticos, lo mejor será trasladar a la parturienta en ciernes a territorio norteamericano. Lo aconsejable es una estancia previa al parto de dos o tres meses. Lejos de problemas caseros y posiblemente conyugales concluirá su embarazo de manera conveniente, dolarizada y feliz.

Sus hijos deberán ser educados para ser herederos dignos de la fortuna y de la posición que usted se ha empeñado en conquistar a pulso, y perpetuarla a través de matrimonios tácticos.

Los niños hablan con los niños, pero también, aunque con menos frecuencia, con los padres. Si sus hijos hacen saber a sus amiguitos que no tienen nana e institutriz, o que asisten a una escuela ubicada del lado norte del río Santa Catarina y que son sus padres o el transporte escolar, y no el chofer y su escolta de *guaruras*, los que los llevan y los traen a clases, flaco favor le estarán haciendo a sus empeños. Cuéstele lo que le cueste —y vaya que estos oficios resultan hoy en día más caros que los de un ejecutivo con *master* en administración de empresas—, contrate

los servicios de todo ese *staff* aguerrido, a fin de asegurar la solidez de su rango y las primeras enseñanzas de sus hijos. Para sobrevivir es necesario tener servidumbre y policía privada; en el mundo exterior hay codiciosos que quieren arrebatarles lo que es suyo; dar órdenes y ver que se cumplan es algo natural en quienes nacieron por encima de los demás. El empleo de *guaruras* hace indispensable la intervención de otro profesional: el psicoanalista. No un psicoanalista cualquiera, desde luego. Los chicos, ante lo abrumador que les resulta tener tanta servidumbre dedicada a vigilarlos, se vuelven fácilmente paranoicos. Pero no es para alarmarse. Hay psicoanalistas que cobran mucho la hora-diván. Consulte al más caro de todos ellos. No es garantía de nada, pero sus hijos contarán con su terapia, que es lo que puede suggestionarlos más que otra cosa, y usted, con una magnífica oportunidad para elevar el grado de interés de su charla.

Sus hijos aprenderán del ambiente que los rodea. Ahora verá usted que su casa, lo que hay en ella y su ubicación también tienen una función educativa. Asimilarán lo que en su casa se hace: comer, dormir, vestir, jugar, departir y gastar se hacen de manera diferente. Usted, precisamente, quiere ser diferente y que ellos también lo sean. Esta diferencia podrá atribuirse a un gene superior transmisible por herencia o, más realista, a lo que el dinero permite en una ciudad donde los que no lo tienen aparecen como seres inferiores o como lacandones.

Las escuelas federales, los parques públicos, las banquetas de las calles céntricas de la ciudad, los mercados, el zoológico del Parque España, el acuario de la Alameda, el Museo del Obispado, Cola de Caballo o las Grutas de García, la Expo (ni por lo importado del nombre) que se organiza cada año en la Asociación Ganadera de Ciudad Guadalupe, todos estos lugares forman parte del indeseable mundo del desprestigio, la barbarie y la escoria humanas. Ni por equivocación permita que sus hijos pongan un pie en ellos. No mezclarse con el populacho ni ser del mon-

tón es un imperativo que usted debe hacer que se cumpla sin dudas ni vacilaciones.

La actitud elitista debe prender en el espíritu de sus hijos desde muy niños. Es costoso, pero simple. Escoja para ellos las escuelas, los clubes, las academias de danza y gimnasia, los campos de verano y los puntos turísticos pensados para ofrecer la posibilidad del privilegio. Los que acuden a ellos son privilegiados, forman parte de las Grandes Familias; los demás no existen o bien se puede prescindir de su existencia.

Mejores escuelas harán de sus hijos mejores millonarios

Usted puede escoger para sus hijos la escuela que mejor aproveche a sus propósitos. Ahora sólo falta que sean investigados y aprobados como padres de familia usted y su esposa, lo cual será siempre más difícil que para sus hijos pasar el examen de admisión, por el patronato de la escuela seleccionada. Para algunos —los que no pasan de simples millonetas— es prácticamente imposible inscribir a sus hijos en una de esas instituciones elitistas, pues, insensatos, se les ocurrió en algún momento de su vida divorciarse o tener un amante o un hijo natural; para otros —los multimillonarios—, antecedentes de este tipo son irrelevantes. Como usted es uno de éstos, de nada tiene que preocuparse. Pero no puede ahorrarse, de cualquier manera, pasar por la prueba. Cuando usted logre multiplicar sus diez mil millones varias veces y acumular los méritos suficientes para ser identificado como uno de los Meros Meros, entonces gozará de pase automático.

¿Las escuelas? Los Millonarios de Cristo de los padres irlandeses, para los hombrecitos, y el Claustro Cultural Valle, A.C., para las mujercitas. ¿Las razones? La primera y más importante es que allí sus retoños se relacionarán con quienes heredarán en el futuro el poder económico de

esta ciudad. La segunda reside en el hecho de que la educación que en ellas se imparte afianzará en sus hijos o hijas el sentimiento de pertenecer a un grupo social que está llamado a liderar el país codo a codo con los empresarios de Noble Estirpe y Apellidos Poderosos. Aprender a ser superior es lo que usted desea garantizar para sus hijos: que lleguen a ser unos verdaderos ejemplares de lo que indica la teoría de los mejor dotados. En esos centros educativos donde la competencia y la exclusividad son los distintivos ni duda cabe que lo conseguirá. Eso sí, usted tendrá que aceptar de antemano que para sus primeras clases de mecanografía sus pequeños se empeñen en llevar a la escuela una máquina de escribir electrónica. O que para mejorar su inglés, en lo que andan un tanto flojos, deban ser enviados, por lo menos un año, a la pintoresca cuanto tradicionalista Irlanda del Norte. Aceptará también que en ellos sea reproducido el sexismo victoriano a que conduce la separación de los sexos, circunstancia que en un principio pudiera chocarle a usted mismo, pero a la cual tendrá que adaptarse sin mucha resistencia. Y la tercera razón: sus hijos deberán ser unos cruzados modernos del catolicismo más dogmático, que es el que profesan los modelos del hombre que usted se ha propuesto seguir a pie juntillas. Más papistas que el papa, sus hijos aprenderán a reverenciar en los Meros Meros una segunda imagen del Santo Padre.

La máxima "hay que saber obedecer para saber mandar" deberá convertirse en la norma básica de su existencia. Sólo así podrán sostenerse imbatibles ante la maledicencia pública que algún día habrá de tacharlos de paternalistas.

Y en cuanto a la disciplina, que tanto le preocupa, descuide: sus hijos estarán rigurosamente vigilados en todos sus movimientos para serles corregidas oportunamente las desviaciones que puedan presentar en su conducta. Claro, siempre gozarán de un trato flexible en tanto no intenten brincarse las trancas.

Puede ser que sus hijos no necesiten a los *guaruras* que los escoltan sino para algunos *trabajitos* que ellos mismos

les asignarán: amedrentar pretendientes indeseables de la hermana u odiosos contrincantes que hayan osado mero-dear a la noviecita que un día se convertirá en digna esposa. Pero no es muy grato para usted saber que su prole, así sea por cuestiones de seguridad y ascenso social, depende en sus movimientos de otros individuos cuando, por lo demás, quizá esto sea innecesario: la paranoia es nociva aun para los multimillonarios. Éste sería un motivo, pero hay otros, para tomar la determinación de enviarlos a estudiar al extranjero una vez que ya sepan manejarse solos; por ejemplo, la necesidad de que pronto dominen otra lengua mejor que la lengua materna. Principalmente el inglés. Otro motivo muy poderoso para tener estudiando a sus hijos en escuelas fuera del país es, como usted ya lo habrá imaginado, el de reevaluar su condición social.

Para las hijas, que harán su *high school*, están los famosos colegios conventuales de California, Nueva York, etcétera. Allí las harán mujercitas y les preservarán la inocencia (jamás nadie se ha tragado las historias esas de lesbianas y deslices clandestinos que supuestamente tienen lugar en tales internados rodeados de castidad). Es cierto, esos colegios se dedican a pulir alumnas en artes, prácticas sociales —que van desde maneras de mesa hasta equitación—, hábitos familiares y religiosos; mas tales pulimentos no bastan. Requieren ser continuados hasta un buen grado de virtuosismo en las más prestigiadas escuelas europeas. Usted puede escoger las suizas, como el Château Brillantmont, en Lausana, que es adonde van las hijas de los Meros Meros de Monterrey y también las de los meros meros de la ciudad de México, incluso las de los presidentes de la república más revolucionarios, nacionalistas y herederos de Morelos, de Juárez y de Cárdenas. O bien, para remachar el espíritu elitista que debe alentar en sus hijas veinteañeras, el Institut Villa Pierrefeu, exclusivísima *finishing school* bajo la tutela de su directora, Madame Viviane Neri-Failletraz, cuyo cupo máximo es de 15 alumnas; aquí aprenderán el francés, artes del hogar, cocina Cordon Bleu,

servicio de la mesa, conversación, protocolo social, elegancia en modales y conducta, estilos de muebles, cuidado de niños, tejido, ballet y juegos de cartas. También una buena elección son las escuelas francesas. Piense, por ejemplo, en Nôtre-Dame des Oiseaux-Institut Maintenon para un *baccalaureate* totalmente *chic* que deberá concluir en los magníficos cursos de verano del Cours Maxim's dedicado a la enseñanza de la cocina francesa, los vinos franceses y arreglos florales. Madame Louis Vaudable, la directora y esposa del dueño del mundialmente conocido restaurante Maxim's, es una institución recomendable para los fines que usted ambiciona.

Un lujo, tal vez innecesario, sería el nivel universitario: Lovaina o La Sorbona. Llegadas a cierta edad (la comúnmente considerada para las casaderas), las mujeres, sea como sea, deben estar listas para contraer matrimonio en óptimas condiciones. Una joven que empieza a parecer más independiente, más avezada, más madura y más vivida tiene menos probabilidades de hallar partido entre los vástagos de los Meros Meros. Las hijas deben regresar a tiempo a Monterrey antes de que esto ocurra. Usted, naturalmente, velará porque así sea.

Los hijos requieren mayor arraigo en su medio que las hijas, pues son ellos quienes deberán familiarizarse con la ciudad donde tienen asiento las empresas de usted, que un día habrán de quedar en sus manos. Del bachillerato en la preparatoria del Tecnológico saldrán a estudiar la profesional a los reconocidos centros universitarios de los Estados Unidos: Massachusetts Institute of Technology (MIT), Wharton Business School, Harvard; si acaso, Stanford, en California, pero ni por asomo Berkeley, que debe su fama a los hippies, drogadictos, homosexuales, chicanos e izquierdistas que invaden su campus. Ya se sabe que el contagio de los malos vicios y las malas ideas cunde más fácilmente que el destructivo herpes, culpable de haber desbancado en virulencia a la sífilis y a la subdesarrollada blenorragia. Puede ser que sus millones le den como para

ahorrarle a su hijo, y sobre todo si no es ninguna lumbrera, estudios de maestría. Sin embargo, intente hacer que prosiga su calificación ofreciéndole como atractivo algún Masseratti o Porsche para trasladarse sin problemas de su departamento de soltero a las aulas donde se halle en plan de obtener su título de posgrado. El complemento del auto será París o Londres. No frunza el ceño y considere todos estos gastos como una inversión a futuro. No sólo los negocios familiares podrán estar mejor conducidos, sino que, con las prendas académicas de su hijo, la acertada reunión de capitales tan buscada por usted será una realidad más próxima. Cuando llegue a ser uno de los Meros Meros, el benjamín de la familia ni siquiera tendrá necesidad de obtener un título, pues ya encontrará, como se dice, la mesa totalmente servida. Los puestos de consejero y directivo en las *holdings* los adquirirá automáticamente.

Francia o Suiza tienen el atractivo adicional para sus hijos del esquí. Pronto en Monterrey habrá una pista artificial para esquiar, que hará más maravilloso el contraste entre el calor insoportable e irremediable de las casuchas del cerro del Topo Chico con el invernal paisaje que se gozará en el cerro de Chipinque. Esquiar en Gstaad, en Vail, en Chipinque: privilegio al que usted está dispuesto a contribuir y a propagar como un hito más en la historia secular del progreso regiomontano. Cuando se empiece a hablar del síndrome de Monterrey (progreso elevado al cubo), usted quizá ya se halle en el vértice de la pirámide social, contemplando, con los catalejos de la posteridad, su nombre impreso en los letreros de una ancha calle.

*Campestre, Industrial, Casino (CIC):
inevitable trilogía social*

Para no dejar dudas acerca de lo que usted y todo lo que lo rodea pesan, acúñese un lema que soltará casualmente

aquí y allá: “Mi casa es el mejor club y mi familia y yo somos socios exclusivos y vitalicios”. Con esto querrá decir que si es dueño de una acción en el Club Campestre ha sido por motivos de condescendencia hacia sus congéneres y por un espíritu comunitario que no ha desaparecido del todo en usted, a pesar de que la importancia de sus negocios (sueñe en que un día alguien les llamará *sus dominios*) lo sustraiga cada vez más del mundo de los mortales que así como así pueden darse el lujo de recrearse en compañía de su familia y círculo de amistades. Pero en realidad usted sabe que no se puede dejar de ser socio del Campestre. Porque aunque no se deje ver muy frecuentemente por sus *greens* y sólo, más bien, para tratar un negocio AAA, su pertenencia a este lugar es una condición *sine qua non* de su nivel social. A pesar de haber perdido exclusividad con los malos tiempos que corren: de los treinta miembros que lo fundaron a la muchedumbre de trescientos que en maldita hora lo vinieron a vulgarizar hay su diferencia.

Su esposa y sus hijos conformarán allí también sus relaciones. Su bella hijita, por ejemplo, tendrá que convertirse un día en una princesa candidata a reina. (Principados, reinos, séquito, nobleza; usted debe estar circundado por todo este tipo de símbolos que entrañan la idea de los viejos poderes y jerarquía cuya existencia añora la Gran Élite a la que se perece por pertenecer.) Y de candidata a reina, o mejor de reina, si la suerte le sonrío y su amor propio no se deja, a futura señora de Gran Apellido hay un paso.

La suerte de su hija dependerá de dos momentos: su nacimiento a la vida y su debut en sociedad. El primero es desde luego importante, pero el segundo es total y absolutamente de-fi-ni-ti-vo. Si usted fuese uno de los MMs tal debut sería opcional y hasta prescindible. Pero en tanto que no lo es tiene que buscar que ese evento sirva de proyección a su hija y al resto de su familia, precedido por usted. Piense, sobre todo, en el escenario donde tendrá

lugar. Las hijas de los millonetas comunes y corrientes hacen su debut tradicionalmente en el Casino de Monterey, lo cual no agrega mayor cosa a su categoría. Sin mucho darle vueltas al asunto, transnacionalice el debut de su hija y hágala presentarse ante la aristocracia acreedora allí en sus propios recintos. Que su hija, pues, debute en el Waldorf Astoria de Nueva York. Punto.

Ahora bien, querer no siempre es poder, a pesar de que se tenga con qué. Un debut en el Waldorf significa no sólo pagar el alquiler de uno de sus salones, la costosa recepción, los arreglos florales, la orquesta que ha de tocar el primer vals de la quinceañera, la transportación aérea de sus invitados y otros periquitos inevitables en estos casos; significa, ante todo, relaciones con la jai-sos de Estados Unidos, y esto apenas los Muy Muy.

Le queda a usted, en tal caso, el picaporte más accesible del turismo aristocrático, ese que ha convertido a nobles y prelados europeos en estrellas que ofrecen su sonrisa displicente y tienden su mano como máximo atractivo para los visitantes plebeyos. Si usted consulta a su agente de viajes especializado, él le informará de una interesante excursión pensada específicamente para las quinceañeras en plan de trepar hacia las Altas Cumbres sociales. Esta excursión, llamada novedosamente Los Quince Años que Soñé, incluye visita especial para recibir, de manos del Papa en turno, la Santa Bendición, y la asistencia al Gran Baile de Blanco y Negro en el Castillo de Schönbrunn en Viena, con derecho a cadete esbelto, rubio, ojiazul, que se encargará de bailar con la debutante el vals *de rigueur*. También incluye una visita a las tiendas del Vaticano para comprar el ajuar adecuado para presentarse al protocolo religioso; pero éste es un gasto aparte.

Francamente, con los pocos millones que usted invierta en el debut de su hijita, las ventajas que ella obtendrá son muchas. ¿Quién le asegura que prietita, caderona y todo, no pudiera convertirse en la Grace Kelly totonaca? Vamos, explore posibilidades como ésta. Con suerte el país se lo premiará.

En el terreno de los negocios hacer amigos y saber encontrar esposa son aspectos que van unidos. Su hijito no puede salirle a usted con amigos raros o con que se enamoró de una árabe, judía o chilanga despampanante y muybuena-muchacha, pero perteneciente al mundo de los *inconnus*. Dentro de las reglas del juego aceptadas por usted no caben inocentadas. No se trata de querer o no querer, sino de acertar dentro del marco de los prospectos deseables. Para asegurar una buena elección están usted, su familia y sus compadres con consejos sabios y oportunos. Pero el trabajo de base quedará desde luego en manos de su esposa. Ella es el centro de información más confiable para determinar qué (o sea, quién) es lo más conveniente para su hijo. Conoce el *curriculum vitae* de todas aquellas que pueden llegar a ser sus nueras, pues les siguió los pasos desde pequeñas: estuvo al tanto de las piñatas que rompieron, de las escuelas adonde fueron, de los chicos que las pretendieron y de las camisas de once varas en las que se metieron. Tiene la información y sabe manejarla, que es lo importante, bien para persuadir o bien para eliminar. Lo mejor de sus relaciones en el Campestre es el cúmulo de claves biográficas (mal llamadas chismes), que le será de gran utilidad a toda la familia para elevar sus posiciones al momento de crearle a los hijos las condiciones para que celebren bodas exitosas.

Si el Campestre es necesario para tejer la red de relaciones que vendrán a formar la cresta de esa ola sobre la que usted quiere efectuar su *surfing* social, el Club Industrial es, para los mismos propósitos, absolutamente indispensable. Aquí debe aprender a moverse como pez en el agua. Todo lo que sabe acerca de la política y de la economía nacional, de los movimientos empresariales, de los altibajos financieros, de los personajes que están detrás de todo ello, de deportes, gastronomía, dietas, viajes, safaris (con los consabidos *side tours* a Las Vegas), yates, automóviles, jets, espectáculos, *best sellers*, encerronas, cueros locales y cueros internacionales, etcétera, deberá mane-

jarlo con la mayor destreza y donosura en las juntas de negocios, entrevistas, comidas, recepciones, banquetes conmemorativos y demás eventos que tienen lugar en este santuario de las grandes transacciones. Por otra parte, en el área que antiguamente dividía la famosa mampara ejecutada por Joset para separar a las mujeres de los hombres, su esposa, con sus propios temas, hará otro tanto: modas, peinados, compras cirugías estéticas, *physical fitness*, revistas musicales, jardinería, yoga con maestro, *diet fads*, amoríos de la realeza, romances hollywoodenses, escándalos del *jet set*, amancebamientos domiciliarios (quién con quién), *pornofilms* y *pornotours*, masajes, *spas*, centros de celulitis, clubes mediterráneos dondesevaledetodo, telenovelas, fotonovelas, vueltas al mundo, serán objeto de su pletórica charla. Ella también debe mostrarse hábil y digna del papel que usted y su familia esperan que sepa desempeñar. A su debido tiempo, sus hijos también harán del Club Industrial una importante instancia de promoción de los intereses familiares.

Aunque ya muy visto y un tanto devaluado, el Casino, por razones de añeja tradición, es el tercero de los Lugares Cumbres donde usted y su familia gestionarán su ascenso social. Una que otra vez durante el año, será bueno que se deje ver por sus salones.

Dios los hace y los clubes los juntan

En materia de clubes usted y su familia pueden complementar su promoción social adhiriéndose a algunos de ellos de cierta significación. Sus hijos varones podrán lucir su gallardía y destreza sobre algún ejemplar pura sangre de fuertes cuartos en la práctica de un deporte de alcurnia, como lo es el polo. En los clubes de polo, que ya hay dos en la ciudad, además de mantener bien cuidada su cuadra de caballos y jugar a lomos de los más potentes, sus here-

deros trabarán amistad con algunos de los *juniors* de los Meros Meros.

El albardón inglés sirve también en Monterrey para crear ese luminoso concepto que es el concepto de distinción. Sus hijas, además de sus hijos varones, pueden ejercitarse en la equitación formando parte del Centro Ecuestre San Pedro, A.C. En el suplemento *Sierra Madre* o en el *San Pedro* no faltará ocasión para retratarse (pues desde pequeñas las habrá enseñado su madre dónde colocarse siempre que haya una cámara cerca) al lado de o junto a una niña hija de Gran Apellido.

La pía vocación de su esposa podrá hacerla florecer a su paso por la Sociedad Mano Amiga. Asimismo, ella tendrá la oportunidad de robustecer a sus amistades estratégicas. Claro, ni para qué pensar en lo que ello cuesta. Ver desfilar periódicamente en el Club Industrial —según la tradición del Neiman's Fortnight, aunado a los fines benéficos del Dallas Crystal Ball— a las selectas modelos de Neiman-Marcus quiere decir echarse encima, junto con los últimos diseños de Chloé, Valentino, Yves Saint-Laurent, Montana Fendi, enormes cuentas que fácilmente pueden sumar varios millones de pesos.

Si usted puede destacarse en el arte del *bluff* y simular en algunas partes poseer lo que no posee, en la Asociación Cooperativa del Aeropuerto del Norte, A.C., esto resulta más difícil. Ser dueño de un jet implica haber satisfecho con lujo y hasta con derroche muchas otras exigencias. Porque se puede tener joyas, pieles, un caserón con su *staff* y extensiones foráneas sin salirse de ciertos marcos presupuestales. Pero la compra y mantenimiento de un Sabre Liner Falcon o un Lear Jet es otra cosa. A nadie puede engañar teniendo su jet parado y sin tripulación, sólo para presumir, ni construyendo un hangar de pacotilla. También resultaría sospechoso que un costosísimo aparato de éstos sólo fuera utilizado por usted, a título personal, y no para uso de su compañía. Le restaría bonos a su solidez como hombre de empresa y fácilmente podría

asociársele a la despectiva categoría de *play boy*, impropia totalmente de un miembro de la Gran Élite Regiomontana. Muy distinto será, y no se lo reprochará nadie, que su compañía adquiriera una flota de estas supernaves y que entre vuelo y vuelo de negocios usted se sirva de ellas para llevarlo y traerlo de un lado para otro del planeta, para transportar a huéspedes distinguidos o a aquellos que exigen discreción, y para fayuquearle uno que otro equipo electrónico (computadoras o sistemas de espionaje y contraespionaje) o los antojos de usted y su mujer: paté de *foie-gras* trufado o truchas salmonadas de San Carlos de Bariloche; píldoras de *ginseng* directamente de Corea, para no dejar que decaiga su apetito sexual, o una *plastic-doll* con todas las ventajas (medidas, complacencia, temperatura) de las mujeres y con ninguna de sus desventajas (hablar o exigir).

Vivir en la era del avión es como vivir en un país que no ha despegado económicamente. En una palabra, la importancia de usted y sus negocios puede ser medida con toda fidelidad por los movimientos que realice a través de sus jets. Y esto es fácilmente detectable en la ACANAC. ¿Puede?, afíliese. ¿No puede?, espérese.

Y a propósito de jets. Si los tiene, no siempre a través de ellos podrá resolver todos los problemas de tránsito aéreo de usted y sus relaciones. Suscríbase entonces al exclusivo Jet Club que funciona en el Aeropuerto "Mariano Escobedo". Si no los tiene, con mayor razón. Afortunadamente, alguien tuvo la gran idea de crear un lugar privado en un aeropuerto cada vez más parecido a una central de autobuses, donde hay que hacer colas, andar entre bultos, niños llorones y rancheros adinerados o empleados de Pemex que huelen mal. Con mencionar su clave usted se puede introducir a este discreto oasis. Allí encontrará privacidad, personajes de buen nivel, confort que lo mantendrá alejado del molesto barullo y de las colas de los pasajeros del común, trato algodónado de la guapota *hostess* y del experimentado *bartender* que le harán posible

el disfrute del *happy hour*, atención secretarial, personal de equipaje y el último ejemplar de la nunca desdeñable revista *Playboy*.

Bon voyage

Las vacaciones escolares pueden resultar inmensamente largas si no se tiene programado un plan vacacional para los hijos. A Dios gracias, la inteligencia del hombre le ha permitido ser inventivo y oportuno. Así, entre otros descubrimientos cruciales, ha ideado los inapreciables campos de verano en el extranjero, que brindan recreación, afianciamento del idioma (de Shakespeare, por supuesto) y nuevas destrezas para facilitar el espíritu de competencia y la siempre loable diferenciación social.

Por suerte para usted, han quedado lejos aquellos tiempos en que la familia empleaba sus días de descanso veraniego yendo a bañarse al ojo de agua de Lampazos, a comer pan de Bustamante o el *punto*, o piloncillo a las molindas de Villa de Santiago. La gente desconocía las ventajas del mundo ancho y ajeno dividido en zonas exóticas (Tailandia o Chichén-Itzá), grandes ciudades (Nueva York, Londres, Madrid, París, Roma, Atenas, Moscú), paquetes turísticos (el Mediterráneo o el sudeste asiático en 21 días), sitios para los grandes (St. Tropez, Las Vegas, Monte Carlo, Tánger, Ibiza) y sitios para los chicos (Disneylandia, Astro World, Orlando, Epcot, Tívoli, Madurodam), entre ellos los campos de verano que permiten que los grandes vacacionen a placer.

Usted y su esposa ya tienen sus planes hechos para aprovechar las vacaciones grandes del verano. Con toda anticipación han inscrito a las niñas en Lake Hubert y a los niños en Camp Lincoln, los famosos campos de verano de Minnesota. Allí se los van a entretener y de paso les van a enseñar muchas cosas, algunas enteramente inútiles, pero otras de bastante utilidad, como por ejemplo, velear. Tan-

to a los que esquilan como a los que velean, Dios los hace y ellos se juntan. Sus antepasados jamás supieron que vacaciones sin relaciones carecen de sentido. Velear en Lake Hubert, New Port Beach, Santa María Liguria, las islas Scycheles, es también un privilegio que se comparte exclusivamente con Grandes Fortunas. Ojalá sus ojos no se apaguen para siempre antes de ver velear a sus nietos en compañía de los nietos de los Meros Meros (¿sus parientes políticos ya para entonces?) en el Macrolago de Monterrey, que será, junto a la Macroplaza, la obra gemela de los tiempos de esta opulenta urbe. Aquí puede darle vuelo a la imaginación: Monterrey no sólo puede tener lago, sino que puede tener puerto y playas. Si los holandeses han podido arrancarle terreno al mar, los regiomontanos pueden arrancar mar al terreno para hacer de su ciudad el Houston mexicano del futuro. Sí, hay que aprender no sólo a velear y a navegar, sino a explotar astilleros y botar barcos de gran calado. ¡Y que ahora venga alguno de esos anticuados y pobretones parientes que no faltan a decirle que los campos de verano para sus niños no tienen ninguna utilidad!

Los niños ya se encuentran en su magnífica guardería para grandes. Ahora, a disfrutar de esas bien merecidas vacaciones.

No falta a donde ir, pero si de esto se tratara solamente los lejanos días de los paseos campestres en los rincones de Nuevo León no resultarían tan desdeñables. Recuerde que su pertenencia al Grupo Anhelado por usted tiene que ver con la forma en que amasa su fortuna, pero también con la forma en que la gasta. Y uno de los aspectos en los cuales gastar se nota mucho más que en otros es viajar.

Usted no se preparará para ir a San Antonio o a la isla del Padre (hasta antes de la crisis, Isla del Valle),* donde se

* Como extensión de la colonia del Valle, característica zona residencial de la élite de Monterrey. (Nota del editor.)

va los fines de semana, en plan de viaje. El concepto de viaje tiene que ser definitivamente otra cosa. Ya ni siquiera París, Londres o Roma resultan la gran novedad en el nivel en que usted desea moverse. Monte residencia en alguna de estas ciudades, pero no salga, con ínfulas de Marco Polo, conque se fue de viaje a la Ciudad Luz para descubrir el *cachet* del Ritz o a Londres para asombrarse con la increíble capacidad de Harrod's, que complace al cliente más exigente (si ordena una cabeza reducida por los jíbaros del Mato Grosso o el Santo Grial, lo mismo se lo consiguen en esta supertienda), o a la Ciudad Eterna para hacer de los frescos inmortales de la Capilla Sixtina el hallazgo del siglo.

Calcúlelo bien. Su viaje debe entrañar a la vez lo insólito y lo supercostoso.

Haga el Nepal, para adentrarse en la profunda sabiduría oriental, guardada celosamente en sus lamasterios, y explorar el complicado aprovechamiento de la ganadería solitaria, entre cuyas especies destaca el yak, que jamás tiritita de frío.

Haga el gran Amazonas, donde su videocámara pueda captar en *close-up* a la *Serrasalmus nattereri*, la más grande y peligrosa de las especies de pirañas, en el momento de saciar su apetito a causa de un lamentable accidente que lo ha hecho perder a uno de sus mejores guías.

Haga la Transilvania de los famosos vampiros y conozca palmo a palmo los castillos y cementerios donde el insaciable conde Drácula andaba tras las excitantes yugulares de las señoritas rumanas.

Haga la Ruta del Oro Peruano en los museos y colecciones —el nombre elegante que adoptan los saqueos arqueológicos de los países tercermundistas— de Londres (British Museum), Nueva York (Indian Museum, Historical Society, Natural History Museum) y Munich (Museo Etnográfico). Aunque Perú no está incluido en este emocionante recorrido, lo recomendable es complementarlo haciendo una visita al Museo de la Cultura, en Lima, pero

sobre todo a los coleccionistas particulares del país, con quienes no sólo pueden apreciarse las fascinantes piezas de la orfebrería de Chimú y de Arequipa, y alguna rarísima joya de las que eran, en el imperio del inca Huayna Cápac, objetos de uso diario, sino cambiarlas de lugar por una buena cantidad de dólares. Si usted consigue hacerse de una colección como las que han dado renombre a don Matías Errázuria, Hugo Cohen o Miguel Múgica, podrá, además de conquistar para sí el título de hombre culto, dar a su mujer la oportunidad de ganar en el Casino de Monterrey el primer premio por su disfraz de princesa inca durante los festejos del carnaval.

Haga la *Tournée* de los Contrastes Humanos, visitando lugares donde podrá comprobar con sus propios ojos la existencia de la desnutrición y las carencias en todo su rigor trágico. Incluye tres puntos: la costa occidental de África, donde el lugar de mayor interés es Biafra; el delta del Ganges, que ofrece, entre los lugares de más impacto, a Bangladesh, popular por el concierto de rock que allí dio uno de los exBeatles; y la India, con estancia especial en Calcuta, donde se tiene la oportunidad única de herirse los ojos con las escenas que día a día, y en horario continuo, proporciona la famosa mundialmente diminuta Madre Teresa, llevando leprosos de un lado a otro en sus brazos cuajados de amor. Claro que estos cuadros estrujantes del *contraste humano* podrían salirle gratis con darse una vuelta por el lecho del río Santa Catarina o por las laderas de la Loma Larga, en Monterrey, pero estos lugares escapan al concepto de gran turismo.

Haga el *Shooting Extravaganza*, en cualquiera de sus cuatro modalidades: la Senda del Tigre de Bengala, la Helada Vigilia del Oso Polar, el Trayecto hacia el Cementerio de los Elefantes o la Huella del Yeti. Estas aventuras cobran prestigio por sus resultados y por el tiempo que se emplea en realizarlas. Los cazadores de prosapia saben que Teddy Roosevelt hizo un safari que duró nueve meses (afortunadamente no era mujer, de otra manera lo que

le fue aclamado le habría sido objeto de reproche). Implica además la diversión previa de incursionar en los tupidos departamentos de artículos para este tipo de deportes que caracterizan a Abercrombie & Fitch, de Nueva York. De buena suerte para usted, los safaris de hoy están de tal manera simplificados y organizados que para obtener portentosos trofeos no tiene que empeñarse en trámites engorrosos, incluso el de ir a cazar. Por sumas que incluso algunos de los Meros Meros habrían de calificar de cuantiosas, usted puede obtener las mejores piezas de la fauna salvaje. Contrate a uno de esos cazadores blancos tan parecidos a Jim de la Selva para que le cobre presas de catálogo y usted pueda posar junto a ellas como si de verdad fuesen obra de su valor y de su destreza cinegética. Envíe luego sus piezas de caza mayor a Roland Ward, de Londres, para que sus expertos taxidermistas les metan mano y las dejen en la posición y con los gestos más apropiados. Por último, reúna sus fotos de mayor espectacularidad para incluirlas en el libro que alguien le habrá de escribir sobre *Los riesgos vitales de un cazador regiomontano en África*, y que dedicará a los jóvenes deportistas de su patria. Le queda, sin embargo, la opción de participar verdaderamente en una cacería. Asíciense entonces a la organización que han puesto en marcha con una filosofía práctica y emprendedora los Escogidos Cuarenta Cazadores Regiomontanos en el punto más estratégico del Continente Negro: Kenya. En este productivo campamento usted encontrará la infraestructura necesaria y un *staff* altamente calificado para *optimizar* su gasto, gusto, movimientos y esfuerzo. Con su participación en este grupo de entusiastas coterráneos, además de aumentar sus posibilidades de trato con la Gran Élite, ampliará la capacidad de empleo extrafronteras, justamente en una zona deprimida y con exceso de brazos ociosos.

Haga el famoso *The Buddy Bonbard Balloon Tour*, y visite uno a uno los principales *châteaux* de la provincia francesa en los viejos y a la vez novedosos globos acros-

táticos tan en boga. El complemento de esta experiencia es probar los exquisitos platillos de auténtico *gourmet* ofrecidos en cada escala. Se combinan así siglos de historia y la gran fantasía de Julio Verne, sin tener que perder el preciado tiempo de que se dispone en largas y tediosas horas de lectura.

Haga el Expreso de Oriente, viaje que popularizaron la colonia británica y la novela de Agatha Christie. Si en aquellos tiempos hacer el trayecto de Londres a Estambul quería decir codearse con príncipes de la nobleza europea, connotadas divas de fama mundial, grandes estadistas y uno que otro espía, ahora significa la oportunidad de intimar con luminarias del rock, billonarios norteamericanos, jeques petroárabes, miembros de las más altas cúspides del *jet-set* internacional y uno que otro agente de la CIA. Usted disfrutará del desbordante lujo que ofrecen los carros del legendario Expreso, de los menús dignos de reyes que en su salón-comedor se sirven y de la atmósfera creada por los propios viajeros vestidos al estilo de los fabulosos veinte. Para no pasar desapercibido entre el glamoroso pasaje, cargue con la servidumbre más pigmentada que tenga a mano y disfrácela con los trajes nacionales. Charros y chinas poblanas a su alrededor, sirviéndole solícitamente, harán de usted la celebridad más kilométrica que hasta ahora haya existido.

Haga los serenos lagos chinos en el bote *Kinlun*, favorito, según cuentan, del olvidado presidente Mao, que con su muerte facilitó un mejor entendimiento entre la China continental y el Occidente, favoreciendo con ello la industria sin chimeneas de ese extraño y arrocero país.

Haga la vuelta al mundo en un gran trasatlántico de la talla del *Queen Elizabeth* sin el temor de ser considerado parte del *Geritol set*. Desde que empezó a cobrar popularidad *El crucero del amor* muchos magnates jóvenes —y usted lo es y nunca dejará de serlo, por supuesto— han estado rentando para ellos y sus amistades aristocráticos trasatlánticos. Como todo el mundo sabe, estas majestuo-

sas naves se transforman en pequeñas poblaciones permisivas donde la máxima autoridad y sus subordinados jamás podrían vivir en un país donde se tuviera como la más alta meta de gobierno un programa de renovación moral. Imite a los MMs. En un lugar flotante de éstos le será permitido actuar exactamente como actúan en su ciudad todos aquellos a quienes usted, su mujer, su familia y el grupo al que aspira pertenecer lanzan las más severas condenas por su conducta inmoral y libertina. ¿No es maravilloso?

Junto con las decenas de tarjetas de crédito y su pasaporte no olvide, antes de salir de viaje, llevar una grande y moderna faltriquera con centenarios de oro. Los necesitará para las propinas por servicios especiales (el cierre de una *boîte*, el acercamiento a ciertas personalidades, la discreción de algún empleado sagaz, la revelación de los lugares frecuentados por la Minoría dentro de la Minoría). Este tipo de propinas será también parte de su mito.

Católica, Apostólica y Privada

En muchas otras partes usted podrá pasársela sin religión católica y sin Iglesia al pretender escalar los más altos sitios sociales. En Monterrey no. De la cuna a la tumba todos sus actos y los de aquellos que lo rodean deberán estar regidos por tal creencia y por la institución que le da el prestigio social que tiene en esta ciudad.

Así que una primera cuestión que usted debe decidir sin medias tintas es exactamente la de la religión que profesa. Ser mahometano, aleya o miembro de la Iglesia Cuadrangular significa autodescalificarse antes de empezar la carrera. En cambio, ser marista de hueso colorado o miembro del Opus Dei da indudable categoría.

Los Santos Sacramentos de la Iglesia son, cada uno, como inevitables licencias morales sin las cuales no se puede

manejar ni en la tierra, ni en el cielo, ni en ningún lugar de la Alta Sociedad.

Bautizo, primera comunión, confirmación y matrimonio ofrecen inigualables oportunidades para ampliar y fortalecer su red de relaciones públicas. Hacer compadres y comadres es abrirse camino —siempre y cuando se sepa elegir con acierto— en el sentido planeado.

Bautizo. Una vez elegidos los compadres, y luego de haber conseguido que éstos acepten el compadrazgo, quedan todavía algunos detalles por arreglar. Habrá que escoger la iglesia adecuada, cosa muy importante. Se verá bien que sea una iglesia pequeña con la condición de que se localice en las inmediaciones de la colonia del Valle. Y luego el padre. Los hay de varias órdenes aceptables, pero es importante que sea uno de aquellos bien relacionados con los miembros del Círculo Interno. Mas no se le vaya a ocurrir, ni siquiera por buscar originalidad, que el sacerdote elegido vaya a ser un jesuita de esos que protegen a exiliados políticos, que no se asustan con el uso de los anticonceptivos o que están por el diálogo entre marxistas y cristianos (¡horror!), y mucho menos alguno de los que se han propuesto seguir el ejemplo del obispo rojete que durante años hizo de la diócesis de Cuernavaca una auténtica cueva de blasfemos (¡horror, horror!).

El acto en sí deberá tener tintes de realeza, y para ello, a falta de imaginación, simplemente consúltense las revistas y noticiarios en los que aparecen personajes de la aristocracia europea al momento de iniciar a sus herederos en la garantía de salvación de la santa grey. Si no se tiene el tiempo o el olfato para otra cosa, hojéese la revista *Hola!*

Si usted y su esposa supieron elegir adecuadamente a los padrinos de bautizo, despreocúpese: su hijo o hija lucirán como todo(a) un infante(a). El ropón y medalla deslumbrarán. Y el bolo será memorable. El padrino ya no lanzará éste en forma de monedas a un puñado de niños indigentes, como antes se usaba y como lo acostumbran

todavía clasemedieros y pobretones, sino que entregará a los niños que asistan moneditas de oro de dos pesos como recuerdo de tan significativa ocasión.

Cúidese de no hacer del bautizo de su hijito(a) ocasión para una fiesta en grande. Ahora ya ni los ejecutivos medios de pequeñas empresas se permiten hacer ostentación de tales solemnidades. Simplemente no va. Que haya esmero, eso sí, en la confección de los bocadillos que serán ofrecidos a los invitados, así como en la selección del tipo de vajilla, mantelería, cristalería (naturalmente que Kristaluxus), los arreglos florales, etcétera, utilizados en el convivio. En su conjunto todas estas cosas deben dar la idea de la inocencia y del seguro contra el limbo que han sido adquiridos para su bebé a través de las aguas bautismales.

Primera comunión. La fórmula de elegir padrinos será similar a la del caso anterior. Para estas alturas su esposa se habrá enterado ya de que las madres de la Cruz han acreditado su capilla privada como el lugar de mayor aristocracia para la ceremonia específica que es la primera comunión. Ellas se encargarán de preparar debidamente a su niño(a) haciéndole memorizar todos los dulces dogmas del catecismo.

Una cuestión que deberá tomar muy en cuenta es la conveniencia de que esta celebración no tenga carácter colectivo, aunque lo mejor es que su niño(a) pudiera hacer la primera comunión justamente con niños de Gran Apellido.

Si con el bautizo usted pudo elegir a sus invitados, con la primera comunión se empezarán a complicar las cosas, pues aquí querrá intervenir su niño(a) para escoger a sus padrinos, invitando a su desayuno a ciertos amiguitos(as) inconvenientes y a los primos pobres, cuyos padres, ya desde la época de los bautizos, le causaron situaciones embarazosas al tener que excluirlos. Es un problema de educación. A su niño(a) tendrá que hacerle comprender

que si bien todos somos hijos de Dios, en la vida práctica esto no pasa de ser más que una fórmula para conformar a los de abajo. Quizá su niño(a) no quiera entender y haga su berrinche, pero poco a poco se empezará a ubicar y a pulirse para saber escoger sus amistades y compañías. Pronto, con la idea de su traje o vestido de primera comunión, su misal de filos dorados y su rosario de cuentas de concha nácar, su vela de fina artesanía y su pastelote de cinco pisos decorado con ángeles de la guarda, se le pasará el enojo y olvidará sus preferencias indeseables.

Confirmación. Tal vez la mayor utilidad de esta nueva ceremonia en la que los niños asumen cualquier cosa menos confirmarse en su fe —que no conocen sino por sus signos exteriores— es la de acumular más compadres. Incluso entre los Meros Meros el sistema nacional del compadrazgo funciona para efectos de promoción social y fortalecimiento económico.

Que la sangre una lo que el dinero separa

Para cuando usted logra que sus hijos se hallen en la edad de merecer, sus relaciones públicas y su situación económica deberán permitirle coronar los esfuerzos realizados con una boda estratégica que lo empariente con la Casta Suprema de Monterrey. Su hijo(a) contraerá matrimonio con uno de los descendientes de Grandes Apellidos. En realidad éste será su primer paso en firme para quedar vinculado a ellos. Por lo tanto, todos y cada uno de los aspectos de la boda tendrán que ser motivo de esmerada atención: desde la pluma Mont Blanc con la que firmarán los contrayentes el acta del matrimonio civil hasta la champaña Tattinger o Cristal con la que se brindará por su felicidad y la luna de miel que disfrutarán en las islas Bali, famosas por su ambiente desinhibido.

La boda tendrá que conjugar, pues, espectacularidad con elegancia, magnificencia con originalidad. Será la culminación de una más o menos larga y casi siempre complicada historia que empieza con un noviazgo necesariamente bien planeado.

Esta cuidadosa planeación en la que usted y su esposa pusieron lo mejor de sus habilidades en el manejo de los seres humanos puede tener inesperados incidentes motivados por la urgencia de los jóvenes. El día menos pensado resulta que se adelantaron a la luna de miel y que la novia, como consecuencia, ha quedado embarazada. Pero sea que este incidente se presente o no, los pasos a seguir son casi ineludibles.

La formalización del noviazgo se reduce a la entrega del anillo de compromiso. En el caso de que sea su hija la que lo reciba no tendrá que seguir mayores instrucciones para extender el anular de la mano izquierda; si es su hijo el que lo tiene que dar, conviene que le aconseje ser asesorado por joyeros de tradición, como Cartier, Tiffany o David Webb. Cualquiera de ellos le hará un diseño especial que distinguirá a la futura esposa de su hijo y, claro, a él mismo. Recuerde, distinguir es distinguirse.

Viene la pedida de mano. Es ese momento deseado y afanosamente buscado por usted: el primer trato en un plano de igualdad con aquellos de los Meros Meros que la suerte le haya deparado para emparentar exitosamente. Usted y su futuro consuegro pactarán las condiciones de la boda, los gastos que ésta supone, los primeros pasos que habrá de dar la nueva pareja y, desde luego, el monto de la dote.

Empiezan las despedidas de soltera, si es su hija la que contrae nupcias. En este caso será su esposa la que le ofrecerá la primera despedida. Ella invitará a las esposas de los padrinos de Iglesia (una docena para el matrimonio por lo civil y otros tantos para el religioso, pues ya sabe usted de la conveniencia de tener compadres prominentes). Procurará seleccionar sus invitados a este tipo de fiestas

tomando en cuenta una cosa muy importante: la opinión de sus anhelados consuegros, ya que invitar a una de las personas consideradas por ellos como no gratas constituiría un grave error que podría dañar desde ahora su relación con ellos. A la despedida deberán asistir no más de 150 personas, para dar una grata impresión de intimidad. Estos tiempos de austeridad no son para alardear con derroches innecesarios. El populacho está muy sensible y su envidia ancestral se ha acentuado más que nunca. Mejor no provocarlo.

Para estas alturas ya su hija habrá ido a comprar su *trousseau* y su ajuar de novia a Neiman-Marcus, de Dallas. Si hubiera cierta inseguridad acerca de la ropa apropiada que debería lucir la novia antes, durante y después de la boda, en la famosa tienda le es disipada a sus distinguidas clientas. Aquí la *consultant* le sugirió a su hija el modelo de los diversos vestidos y muy especialmente el modelo del traje de novia, así como el de las damas y pajes, que habría armonizado con el tema de color empleado en todo aquello que rodeará a la linda desposada. La especialista dio las ideas fundamentales para determinar el estilo de la boda más adecuado a la personalidad y gustos de ella. Ahora las cosas marcharán mucho mejor.

Si para las despedidas de soltera la elaboración de las listas de invitados ha tenido que ser sancionada por sutiles indicaciones de su futura familia política, para la boda esas listas tendrán que ser verdaderos cedazos por los que no pasarán ni parientes pobres, ni parientes sin el refinamiento necesario, ni amigos de similares características, ni allegados que política, moral y religiosamente pudieran resultar desaprobados por los invitados que usted y su esposa proponen. Y por su parte, naturalmente, ustedes no cometerán el desaguisado de cuestionar a ninguno de los invitados que aparezcan en las listas elaboradas por sus encumbrados futuros parientes.

Una vez hecho esto se mandarán imprimir elegantes pliegos de invitación de la mejor calidad. La letra deberá

ser realizada, en algún formato tradicional y si se quiere hasta sencillo, y los sobres serán rotulados con una caligrafía gótica hecha por expertos.

La ceremonia civil y la religiosa tienen ambas sus razones de ser y características muy peculiares. Cada una de ellas sirve a fines determinados. En otros tiempos usted, para ir más lejos que sus ejemplares parientes polítics, hubiera minimizado al extremo la importancia del matrimonio civil. Pero hoy ellos mismos se han convencido de la utilidad de esta institución en cuanto permite establecer muy claramente, sobre todo para casos como el suyo, la separación de las fortunas. La suya, por muy grande que sea, siempre será pequeña comparada con la de ellos, pues la medirán no por su cuantía, sino por su antigüedad. En tanto que fortuna joven, la verán con desprecio. Pero no deberá acongojarse por ello, de cualquier manera, la recibirán en sociedad.

Así y todo, el acento será puesto en el matrimonio religioso. Como en la ejecución de un plano arquitectónico, todos y cada uno de los detalles deberán ser supervisados con lupa.

En primer lugar, se integrará un *staff* que encabezará el director ejecutivo, o sea la mamá de la novia, con su correspondiente *pool* de secretarías. De ellas dependerá el buen funcionamiento de los demás especialistas que lo forman: el director artístico responsable de dar armonía a las formas, olores, sabores y tacto; el florista, el chef, la modista, el director del coro, el arreglista, los fotógrafos, los periodistas, los choferes y encargados del orden; las mucamas, las peinadoras, maquillistas, masajistas y manicuristas; el encargado de los vinos, los custodios de los regalos.

El desfile de cheques, más interminable que nunca, lo verá usted como el mejor acontecimiento del año. Firmas, para qué son.

Recuerde que sólo los miembros de la Gran Élite pueden darse el lujo de introducir pequeñas o grandes innovaciones en la tradición. Sí. Lady Diana Spencer pudo

atreverse a usar en su presentación un vestido tan escotado que apenas escondía la punta de sus senos o a ponerle a su hijo los nombres que ella quiso. Pero por mucho que usted haya querido ver en su hija una princesita, deberá recordar que no lo es tanto y que deberá someterse a las limitaciones que le impone su nuevo parentesco. Así que iglesia, decorado, objetos ceremoniales, ropa, alimentos, bebidas, música, movimientos, actitudes y palabras tendrán que ajustarse a los cánones establecidos por los Meros Meros.

Los detalles son, como usted sabe, los que hacen la diferencia. Para esta boda que le abre las puertas de la nueva posición social que usted ha buscado escalar tales detalles deberán quedar impresos, para siempre, en la memoria de las Grandes Familias Regiomontanas. Las tradiciones acompañadas de leyenda son las que mejor se prestan al realce de ciertos acontecimientos.

Se dice que el marqués de San Juan de Rayas solía tender, para las grandes ceremonias, a manera de pasillo, epa-
tantes barras de plata desde su casa hasta la entrada de la parroquia. Intente reproducir este detalle. El tapete que han de pisar los novios deberá cubrir desde la entrada de la iglesia hasta el altar, ser tan mullido como para absorber las suelas de los zapatos y rematar en una alfombra persa sobre la que descansarán los reclinatorios de los novios y de sus padres; el arreglo de la iglesia será en blanco, mas no absolutamente (eso de querer simbolizar con el blanco sin contraste la virginidad de la novia es de personas sin roce); la táctica de la limosna será sustituida por la generosidad del novio hacia los administradores de la iglesia; la limusina que transportará a la pareja deberá contar con vidriera intermedia. En el banquete se servirán *delicatessen* tales como salmón de Alaska, huevecillos de perdiz, caviar iraní o, para darle un toque nacional, hormigas arrieras al burro; el *maître* y los meseros serán contratados en el Club Industrial.

Con todo y detalles, se respetarán las tradiciones: la iglesia será la de Fátima o la de San Pedro; el lugar de la

recepción, los jardines de la propia casa o, si acaso, el Casino de Monterrey o el Campestre; la fotografía oficial, la de Nancy Sosa o la de Chacha Martínez. El florista será el arquitecto Roberto Belden; el sacerdote que oficiará la misa tendrá que ser un arzobispo o, en su defecto, alguno de los más destacados padres irlandeses de la ciudad; el coro, que sea el de Villafontana, homónimo de ese conjunto comercial famoso por sus violines.

Por la ancha puerta de la iglesia, usted —imagínese lo al menos— ha podido ingresar a este reino en la tierra, con localización en Monterrey, que se llama Círculo Interno de la Gran Élite. Pero allí está también la Santa Institución para abrirle otras puertas y hasta para cerrar algunas más de manera sabia y acreditada. Trátese de una desavenencia matrimonial, de un conflicto interfamiliar o de la posible muerte de su esposa, acudir a la iglesia será siempre la mejor opción para dar consistencia a su *status*. Por ello desde ahora debe ir preparando, dentro de su presupuesto, una partida para los que pudieran llamarse gastos píos (misiones, óbolos extras, construcción de nuevas capillas, aportaciones para fomentar el sacerdocio —vocación que se hace cada vez más escasa—, sostenimiento de escuelas confesionales que aseguren la extensión de las ideas sobre la necesaria desigualdad entre los hombres, donativos para mantener en funciones esas casas de cuna y esos orfanatorios tan necesarios para ocultar pecadillos de juventud y convertirlos en empresas dignas de admiración y encomio para aquellos que las administran).

Hay muertos que sí hacen ruido

Como la muerte es “lo único que tenemos seguro”, según podrá usted leer en el *Nuevo libro completo de etiqueta*, de la encumbrada autora Amy Vanderbilt, que no lo sorprenda ni lo desubique cuando se presente en alguno de sus familiares.

Con ser la única forma de igualdad social conocida hasta la fecha, la muerte sólo adquiere su plena significación para individuos pertenecientes a círculos privilegiados, como aquellos en los que usted se mueve, cuando tiene que ver con una cuantiosa herencia. Muerte sin herencia en juego carece de significación social, y el funeral del interfecto puede pasar desapercibido. Nadie, hasta ahora, se ha atrevido a pedir que se levante un monumento al millonario desconocido. Todos los que tienen una gran herencia que dejar suelen ser identificados al detalle. Su muerte es siempre acontecimiento.

Desgraciadamente, usted tendrá que ser selectivo con sus muertos. Si alguno de su familia muere sin dinero, cállelo; si lo tiene, magnifíquelo. Un muerto ligado a una fortuna siempre le permitirá hacer de su funeral una ocasión propicia para acumular puntos en su ascenso hacia las Altas Cimas de la Sociedad Regiomontana.

Un funeral de altos vuelos es el mejor termómetro para observar el rango y la amplitud de las relaciones de los deudos. Implica por lo tanto cierto riesgo. La asistencia a las exequias y las manifestaciones de duelo son espontáneas y no por invitación, como es de suponer. Así que a la muerte de uno de sus seres queridos de importancia usted se juega un comentario. Para sus propósitos tiene que buscar que éste sea el mejor.

El sacerdote que haya de impartir la extremaunción, el ataúd, la carroza fúnebre, la casa funeraria, la capilla —preferiblemente la capilla familiar— donde le sea dicha su misa al difunto —de cuerpo presente y concelebrada entre altos prelados—, la atención a los dolientes, el cementerio y el manejo de los medios de difusión tienen que ser objeto de un despliegue de decoro, organización y cualidades escénicas.

Entre los múltiples aspectos que el morir implica en el nivel social al que usted se prepara a ingresar algunos podrían matizarse; sólo uno no: la actitud con que se recibe la noticia de la muerte. Si usted llega a recibir noticia tan

nefasta, así se trate de la muerte de su propia madre, lo peor que podría ocurrirle a su imagen es que usted se alterara visiblemente, interrumpiese su actividad; que le temblará el mentón, que se le moviese un carrillo, que sus ojos sucumbieran al llanto. Perder la figura, faltar a la propiedad, dejarse arrastrar por los sentimientos y no permanecer impertérrito ante catástrofes y tragedias constituirían, en su caso, crímenes de lesa casta.

Las apariencias no engañan

A pesar de que en el Gran Círculo Interno la falta de solidez entre lo que se es y lo que se pretende ser puede tener sus sanciones, algunas incluso muy severas, hay una máxima que sigue teniendo vigencia entre sus miembros: lo que parece es lo que es. De aquí que usted y su familia deban cuidar como a la niña de sus ojos todo aquello que se refiera a su persona: hábitos, presencia física y objetos en los que se descubre un cierto gusto, un cierto criterio selectivo y una inagotable capacidad de compra.

Ya para cuando usted se encuentre pisando los afelpados espacios de Grandes Apellidos habrá aprendido, sin duda, qué es lo que debe hacer para satisfacer el escrutinio de un enorme ojo avizor (The Big Brother's Eye) que pareciera montado, como el sol naciente, sobre el Cerro de la Silla, y al cual no se le escapara nada. Pero nadie lo sabe todo ni los consejos salen sobrando cuando se trata de caminar sobre una superficie de fino cristal que al menor tropiezo puede romperse y herir con sus astillas.

Habrá que ir por partes. Veamos. Lo primero que llama la atención de los demás no es ni los buenos modales, ni la cultura —pues eso se ve después—, sino la ropa. Pero hay incluso algo anterior a la ropa, que es el modo de comprarla. Esto se lleva tiempo y entrenamiento, así como ríos de dinero.

Por remoto que sienta el momento de vincularse a los

Master VIPs, empiece pronto a formar parte de la clientela de ciertas tiendas famosas: Sakowitz o Foley's, de Houston; Lou Latimer, Marie Levell, Neiman-Marcus, de Dallas; Frost Bros., de San Antonio; Saks, de la Quinta Avenida; Lord & Taylor o Bergdorf Goodman, de Nueva York; I. Magnin o Macy's, de San Francisco; Marshall Fields, de Chicago; Bijan, de Beverly Hills (*only by appointment*).

Con sus visitas, sus tarjetas y sus líneas de crédito cubiertas puntualmente, usted y su esposa irán abonando terreno para llegar en el futuro a realizar compras mediante la cómoda fórmula de escoger sin siquiera tener que firmar: simplemente advertir que la cuenta sea enviada para su pago al domicilio que corresponda.

Con su ropa usted puede permitirse ciertas audacias, pero si no es partidario de ellas o si duda en algún momento acerca de su éxito con éste o aquel atuendo, opte entonces por la moda conservadora. Para el hombre, la línea Oxford; y para la mujer, la de Coco Chanel.

En Monterrey el clima no se presta para los grandes despliegues de la moda y el vestido. Pero tanto da, su esposa tendrá que ser conocida como una mujer elegante, que sabe vestir, y aun que es una de las mujeres mejor vestidas, etcétera. Y para ello, aunque las ocasiones sean pocas en la ciudad, usted tendrá que desembolsar vastas sumas. Porque a esas pocas ocasiones tendrá que agregar otras fuera no sólo de la ciudad, sino del país. Si se tratara de que su mujer luciera en el reducido mundillo regiomontano, el problema no sería tan grave. Pero aquí es cuestión de que la fama de mujer-que-sabe-vestir-bien tendrá que adquirirla igualmente en escenarios internacionales. Sin embargo, las exigencias y la competencia no son en ninguna parte más terribles que en Monterrey. Por esta razón sus colecciones de verano, por ejemplo, tendrá que ponerlas a prueba en California, en Palma de Mallorca o en Niza; y sus colecciones de invierno, en Londres, Nueva York, ciudad de México o Vail.

Ahora es cuando usted va a descubrir toda la razón que

Víctor Hugo tenía al decir que el verano es la estación de los pobres. Las cuentas por la ropa que usted y su mujer se pusieron en el verano, comparadas con las que tendrá que pagar por el mismo concepto en el invierno, son ridículas. La diferencia son las pieles, que se han puesto de moda también para los hombres. Imagínese. Pero no hay de otra. Un guardarropa de invierno sin pieles es como tener una casa muy lujosa pero sin alberca. Para acabarla de amolar, ya no es sólo cosa de que las pieles sean raras y genuinas y de gran calidad, sino que ahora los modistos de más renombre las han tomado en sus manos y sometido al capricho de su diseño. Dior y Halston, Ralph Lauren o Maximilian, con sus lanzamientos audaces, han puesto su precio por las nubes. Así que el próximo lince, astracán o tapado de cibelinas que su mujer se ponga le significará a usted de un millón para arriba. Aparte las pielecitas que usted vaya a lucir una vez que confirme que los Meros Meros han empezado a estandarizar la moda (menos no; le podría acarrear opiniones adversas). O sea que el presupuesto para pieles será de no menos de 5 millones. Tendrá que estar bien con Santa Claus o, lo que es lo mismo, repreciar sus productos para las ventas de fin de año, con objeto de que sus márgenes de ganancia le alcancen para sufragar sin estrecheces sus gastos personales.

Para su mujer es importante saber que un rostro es el que se tiene y otro el que se hace. Por muy agraciada que facialmente sea, siempre deberá mejorar su rostro. Que ella se ponga en manos, sobre todo si no lo es, de maquillistas expertos. Y también de peinadores altamente cotizados. Lo cual no excluye que ella tenga su maquillista y peinadora personales. Al contrario.

El complemento de la ropa es a veces la persona que la lleva puesta. Hay también otros complementos, como las joyas. De sus numerosos viajes por los centros orfebres y de piedras preciosas más famosos del mundo (esas magníficas pulseras adquiridas en Venecia y en Toledo, esas extraordinarias perlas de Mikimoto compradas por una bico-

ca en Tokio y aquellas de cabuchón conseguidas en Hong Kong; los rubíes y las turquesas de Nueva Delhi, las aguamarinas de Brasil, las esmeraldas de Colombia, las tancucitas de Tanzania, los zafiros de la antigua Ceylán — hoy Shri-Lanka— o los más oscuros de Birmania, los diamantes africanos tallados en Holanda) poco a poco su mujer ha ido coleccionando una cantidad muy considerable de joyas. Pero es importante que a ella anexe algunos modelos que puedan darle un sello de distinción bien respaldado por casas y artistas de abolengo; los podrá adquirir en Tiffany's, de Nueva York, tal vez diseñadas por Paloma Picasso; en la casa H. Stern, de Río de Janeiro, o en David Webb, de los Estados Unidos. Y no estaría mal que entre ellas pudiera obtener alguna creación de Salvador Dalí.

A la adquisición de joyas podrá agregar prestigio si algunas de ellas le son adjudicadas a usted en las famosas subastas de Sotheby's, Parke Bernet de Nueva York o en las que tienen lugar una vez al año en el Emporio Birmano de Gemas, Jade y Perlas, en la enjoyada Rangún. Como simple tema de conversación, las alhajas así adquiridas legitimarán su pertenencia al mundo selecto de la aristocracia internacional del que forman parte los Meros Meros.

La ventaja de ir coleccionando joyas es la de acrecentar la riqueza y el buen gusto; pero existe otra ventaja adicional: entre tantas de ellas, algunas —las más chafas— servirán para donarlas a obras de beneficencia pública.

Dorian Grey on a Thousand Dollars a Day

La misión del millonario implica sacrificios, privaciones, *stress*, gastritis, úlceras, aparición de arrugas, calvicie y canas. A esto hay que agregar el natural paso del tiempo. Total, ruina y decadencia que se van reflejando en ojos,

nariz, vientre y papada. La angustia es terrible, porque para consolidar la gran empresa con un designio patriarcal y exitoso se requiere, además de ganarle la batalla al tiempo, ganársela con una buena apariencia. La meta es nunca dejar de ser joven. Esto, como muchas otras cosas, nos lo han exportado los Estados Unidos, donde el *homo longaevus* es el último descubrimiento de la política y de la industria masiva. Recuerde que el actual presidente de ese país, el exactor Ronald Reagan, lanzó primero que nadie en el mundo la voz de orden que haría felices a los fabricantes de revistas y equipos deportivos, cultistas físicos y quitakilos: *physical fitness*, es decir, mantenerse en forma. Nada de andar pensando, sobre todo las mujeres, en la conquista de derechos y vanas igualdades. En vez de eso, *jogging*, gimnasia, dietas, masajes, silicones, *peelings*, deportes, fajas, reposo clínico, saunas, recreación, cirugía plástica de pe a pa (nariz, pómulos, mandíbulas, lóbulos, talones, chamorros, glúteos, etcétera).

Si usted y su esposa han descuidado su físico, quizá se hayan visto relegados por tal motivo. Las opiniones de los *juniors* de los Meros Meros han empezado a contar en este sentido. Ellos están al día en los dictados de la moda norteamericana. Lo mejor, entonces, es que empiece por darse tiempo, junto con su mujer, para practicar las modalidades dirigidas a convertir en una segunda religión el culto a Dorian Grey.

Y si ya el cuerpo les ganó, sobre todo a su mujer --e incluso si a ella le sobran dos vetitas en la cintura o dos lonjitas en el estómago--, bueno sería que empezaran a planear un viaje a Houston para que le practiquen una costosísima *restirada* en una de sus ya famosas clínicas estéticas. El único resultado no muy gratificante de este tipo de operaciones es que a su mujer se la dejarán con dos ombligos: uno, el que Dios le dio, y que quedará situado un poco más abajo de la posición normal, y el segundo, artificial, que es el que le harán allí donde se hallaba el primero. Este problema lo resolverá con artilugios femeninos, esté usted

seguro. Un día lo sorprenderá luciendo una audaz tanga como si tal cosa. A lo mejor hasta le quita de la cabeza la preocupación de los dos ombligos al hallarse en esa segunda luna de miel que tanto se han prometido ambos. Y más si esa cirugía fue de las que hoy empiezan a cobrar popularidad bajo el nombre columbrado por el vulgo de *apretada*. Las *apretadas* y la restauración de la virginidad son hoy un hecho tangible y poco duradero, pero al alcance de bolsillos en épocas de crisis y riesgos cambiarios.

La cirugía plástica en el estómago, amén de plásticos en diferentes partes del cuerpo, empieza a cobrar prestigio entre la Gran Élite, a pesar de su actitud tradicionalista. Llegará el momento en que sus miembros se convenzan totalmente de que el *physical fitness* es indispensable para mejorar el roce social y hacer negocios. Algunos ya tienen en esto camino andado.

Pero hay además otras opciones menos drásticas para recuperar la figura, si bien no más baratas. Conocidos son los centros y retiros de salud, entre los cuales se han hecho populares los *spas*. En estos lugares se asegura que usted entra viejo y sale joven. Lo que generalmente ocurre es que entra rico y sale pobre. Pero no se desanime, puede haber casos en que la inversión resulte. Después de todo, la combinación de deportes, dieta, masajes, tratamientos vitamínicos, baños termales, aparatos reductores, mascarillas faciales, sueño inducido, *brigde* o *backgammon* en amable compañía, si no otra cosa, le darán esa dosis de seguridad en sí mismo para poder moverse en las Altas Esferas a las que pretende llegar, pues incluso en ellas un buen tema de conversación es precisamente éste: el de haber hecho una jornada en este o aquel centro *spa* del mundo.

Los ejes de su De Luxe

Los nuevos ricos de nuestros países azotados por su mala suerte geográfica cometen a veces verdaderos dislates y

suelen presumir de traer relojes Rolls-Royce y automóviles Rolex. Este riesgo no podrá correrlo usted. A marchas forzadas ha ido superando su imagen de arribista y ya se comporta con propiedad. Pero además, no es tradición de los Meros Meros comprar Rolls-Royce. Podrá ponerle a su automóvil todos los aditamentos que quiera, desde teléfono y televisión hasta bar y compartimentos secretos para las metralletas, pero tendrá que mesurarse al escoger la marca de su automóvil. Monterrey no es Los Ángeles o Londres, ni siquiera la ciudad de México, donde los meros meros pueden viajar en kilométricas limousines sin ser notados. Característica de los MMs de Monterrey ha sido y es la de pasar desapercibidos. Recuérdelo. Pero además no puede olvidar que el juego que usted quiere jugar no es el de parecer distinto a ellos, sino igual, cada vez más igual en todo. Así que vaya comprando un Ford Galaxie o un Chrysler del año, aunque se quede con las ganas de un Cadillac El Dorado.

Complemento inevitable de su automóvil será su poderosa Van: blindada y con su dispositivo de *security* para repeler agresiones y confundir mediante humo denso a los agresores, alfonbrada de todo a todo, equipada con revisitero, escritorio, dictáfono, C.B., estéreo, grabadora, odorizador automático, baño y una provisión de víveres, armas, pijamas y bebidas para resistir todo tipo de jornadas.

El automóvil es una extensión de su personalidad, según lo han persuadido las agencias vendedoras de estos vehículos. En ocasiones puede ocurrir lo contrario y parecer que usted es una extensión de la personalidad de su automóvil. Cuidado. Aquí de lo que se trata es de que usted y su carro sean extensiones, a imagen y semejanza, de Los Escogidos y de los automóviles en que se desplazan.

¿A qué dedica el tiempo libre?

Nadie que quiera llegar a tutearse con la Noble Estirpe de

Monterrey podrá hacer alarde de su ocio sin correr el riesgo de crearse una mala reputación. Es necesario, en este sentido, guardar las apariencias, por lo menos. Faltar a la leyenda de los regiomontanos trabajadores e industriosos es traicionar de alguna manera a quienes encarnan esta leyenda: los Meros Meros. Por eso usted, e incluso su mujer, tienen que ajustarse a los cánones establecidos para el ocio y su buen empleo.

El ocio que más puede redituarse a usted es aquel que no es estrictamente ocio. Usted y su mujer pueden divertirse, siempre y cuando su diversión tenga un fin provechoso. Usted juegue al golf, pero que se sepa que muchos de sus negocios los realiza mientras intenta hacer *hole in one*; que su esposa se reúna con las damas del club de jardinería, o con las organizadoras de los desfiles de modas en el Campestre, o con las promotoras de las colectas de la Cruz Roja, pero que se vaya haciendo del dominio público que ella, aunque ociosa, está siempre *muy ocupada*. Para la posición que busca sería sumamente perjudicial crearse fama de gente que divaga en entrenamientos exhaustivos, competencias permanentes, juegos solitarios, fervores campeonales que absorben el tiempo de manera excesiva. Squash o tenis, juegos de cartas o arreglos florales, cacería o veleo, surfing o ruleta: en la medida en que todas estas prácticas tengan una connotación social o de recuperación de energía para el trabajo serán bien vistas. Y más, desde luego, si entrañan un fin benéfico.

Ya sabrá medir su tiempo y el tiempo de su mujer, y organizarse adecuadamente en torno a lo que significa *estar ocupado* o *estar desocupado*, de tal manera que nunca vayan a identificar su ocio con la ociosidad.

Por ello es que algo muy importante, dentro de su programa de tiempo libre, es determinar dónde debe dejarse ver y dónde no conviene que lo vean.

Usted no va a convertirse en miembro de ninguna peña que acostumbre reunirse en este o aquel café o bar de la ciudad famoso por los bohemios, políticos, taurófilos,

charlistas, profesionistas de varias ramas y uno que otro gorrón que forman su habitual clientela. Sería descalificador que a usted se le viera cotidianamente en el bar del Ancira, en el Sanborns, en el piano bar del Jêrome, y ni siquiera en el del Casino Monterrey o en el *pub* del Industrial. Lo mismo resultaría haciéndose ver en alguno de los nuevos restaurantes de la colonia del Valle, como El Granero o El Bodegón. Pero más triste todavía, porque eso querría decir que usted ha desertado de sus propósitos y posibilidades de integrarse algún día al Círculo Interno, sería el que a usted se le detectara en pláticas de café allí por El Paso Autel o el Café Lisboa.

Populares se han hecho los desayunos políticos y de negocios en lugares tales como los restaurantes VIPS, los hoteles Ambassador, Ancira, Plaza Holiday Inn, las numerosas cafeterías de las farmacias Benavides y los Martin's. Bien, usted no se parará en ninguno de ellos ni por equivocación. Allí la mezcla es mucha, y tanto se puede ver a don Raúl Caballero, líder de la CTM local, como a connotados comunistas, abogados masones, intelectuales liberales y de izquierda, políticos priístas, jefecillos de la industria y el comercio pequeños y medianos, periodistas, catedráticos universitarios, burócratas y ejecutivos de vario pelo, oficinistas y mujeres liberalonas, uno que otro joven *gay* y gente de similar jaez.

Naturalmente, usted podrá desayunar, comer, beber la copa; tomar un café o cenar con quien quiera, pero en los lugares reservados y exclusivos de los círculos pertenecientes al lado bueno del *apartheid* regiomontano: el Campesetre, el Club Industrial, de vez en cuando el Casino de Monterrey, el Residence, El Granero. . . , y, haciendo grandes excepciones, el Luisiana, El Tío, e inclusive, ya en el colmo de la concesión popular, El Gaucho o El Regio.

En pilares de oro y plata

Uno sale de su casa por necesidad, bien para ir al trabajo, bien para cumplir con un deber cívico o moral, bien para adquirir satisfactores, bien para ir o ser llevado a un centro de salud, o bien para ser cómodamente alojado en una tumba; o por placer, ya sea para solazarse —y en este sentido la variedad de objetivos es infinita—, ya para superarse cultural o espiritualmente.

Dada su posición y la que busca alcanzar, las salidas de su entorno particular deben dosificarse. Muchas de las que el grueso de los regiomontanos realiza usted se las tendrá que ahorrar: el súper, la farmacia, el taller mecánico, la tintorería, la revistería, la peluquería, las tiendas que están fuera de la colonia del Valle, pagar la luz, el teléfono, los impuestos y multas; el banco, las librerías, el cine y demás lugares abiertos a la generalidad del público, excepto la misa, y ésta limitada a ciertas iglesias.

Si reflexiona, la ciudad debe resultarle ajena, pues son contados los lugares que frecuenta fuera de sus empresas, su Shangri-la y los de sus parientes y amigos ricos, y los sitios exclusivos creados por la Gran Élite para reunirse. De golpe, esta reflexión podría asustarlo, pues se daría cuenta de que como un habitante de la *polis* es usted bastante anormal. Claro, luego usted mismo se dirá que hace exactamente todo lo que hacen los seres normales, desde ir al súper hasta llevar la ropa a la lavandería e ir al cine, pasear por la calle y ponerse *blue jeans*. No en su ciudad, pero sí en el extranjero, donde mezclarse con el común de la gente no significa rebajarse ni diferenciarse (eso no, nunca) de sus modelos de hombre.

Cómo hacer deporte y triunfar en los negocios

Para mejorar la idea de que usted es un hombre emprendedor, sumamente ocupado y con múltiples responsabili-

dades, procure realizar actividades que puedan ser justificadas como desfogues, como escapes necesarios para aliviar la diaria tensión. El deporte es ideal para ello. Como en todo, hay deportes y deportes. Usted debe tratar de preferir, no tanto los que le gustan porque de manera espontánea empezó a practicarlos desde niño, sino aquellos que se practican por herencia o por el contacto con la cultura europea y norteamericana de las nuevas generaciones.

Entre los primeros usted puede escoger la caza o la pesca en cualquiera de sus diferentes modalidades, el tiro al pichón, la equitación, el polo, el rejoneo, el tenis, el golf; entre los segundos están el esquí, el hockey, el veleo, la aviación, el planeo, el surfing, el squash, el paracaidismo, el motociclismo, la navegación en globo aerostático, el buceo, las carreras de autos.

Busque a toda costa practicar deportes que le permitan específicamente dos cosas: la primera, conseguir una imagen viril, pues entre los Meros Meros también cuentan el valor y el responder a desafíos, y la segunda, alternar con ellos en algún momento. Esto, además, debe enseñárselo a sus hijos. Quizá ellos quieran por alguna inexplicable razón —así son los niños y los jóvenes—, convertirse en un Pelé, en un Maradona o en un Fernando Valenzuela. Sutilmente hágales entender que cualquier hijo de vecino puede jugar con una pelota, pero sólo los *juniors* de los Meros Meros pueden darse el lujo de practicar deportes costosos, tales como el *powder skiing*, que implica algunas minucias: poder trasladarse a las regiones nevadas de Colorado o Suiza, adquirir un equipo de esquiar con sus respectivos *walkie-talkies* y rentar un helicóptero que lo transporte a las cumbres en donde se encuentra la nieve más fina, lo deje caer y vigile su trayectoria. O el polo y el rejoneo, que requieren caballos cuyo costo oscila entre el medio millón y varios millones de pesos. O las carreras de autos, cuyos gastos exigen en sí la existencia de toda una administración particular.

Acate su Decálogo y no descuide su barnizada

Una cuestión que no debe dejar de lado es la de cultivarse en el doble aspecto de actualizar su información y conocimientos prácticos para poder autopromoverse óptimamente, y adquirir ciertas nociones de filosofía, arte y cultura que le permitan desenvolverse con más firmeza en todos los vericuetos del roce social.

Principiemos por el Decálogo de los Meros Meros, cuyos dogmas usted debe aprenderse al dedillo: *a)* la propiedad privada es un derecho natural de los individuos que les permite cumplir plenamente sus fines en la sociedad; *b)* el Estado no debe interferir en la actividad económica, sino limitarse a apoyar a los particulares, que son quienes deben realizarla; *c)* las libertades no deben ser tasadas por el Estado, y menos la libertad de empresa; *d)* la realización del bien común debe ser la meta de toda actividad individual y social; *e)* la colaboración entre las clase sociales, y no la lucha de clases, es lo que permite la realización de ese bien común; *f)* el régimen de economía mixta no asegura la libertad y la democracia; *g)* el marxismo-leninismo conduce fatalmente a la pérdida absoluta de las libertades, al burocratismo y a un régimen totalitario y ateo; *h)* la empresa paraestatal es ineficiente, burocrática y corrupta; la empresa privada es eficiente, fluida y honesta; *i)* los patrones y los trabajadores forman una sola familia, de la cual el jefe de la empresa es responsable; por lo tanto es él quien debe ordenar el funcionamiento de la misma con un sentido recto y justó de paterfamilias; *j)* la familia es la célula primordial de la sociedad.

Deberá tener muy presente que la mínima falta a este Decálogo le acarreará *ipso facto* la muerte civil.

Como cosa curiosa —de seguro ya lo ha experimentado—, estos dogmas nunca parecen quedar lo suficientemente afirmados en el plano teórico, y por esta razón usted jamás dejará de acudir a todo evento organizado con el fin de di-

fundirlos. Pero digamos que ya hasta se ha atrevido usted en alguna ocasión a hablar de ellos en público a propósito de cualquier cosa. No importa que una y otra vez el Club de Sembradores de la Amistad, el Centro Patronal de Nuevo León, la Cámara de Comercio de Monterrey o la Caintra, el Partido Acción Nacional, la Asociación Nuevoleonesa de Padres de Familia, el Club Rotario de Monterrey, etcétera, lo inviten a seminarios y conferencias en los cuales se machaque sobre el tema. Asista con el mismo entusiasmo e interés que ha puesto en todos y cada uno de los actos con que piensa redondear su futura posición. Sea usted un exponente bien calificado de la cultura empresarial y el más aguerrido de sus defensores.

Si se empeña lo suficiente y decide incluso tomar algunas clases de filosofía aristotélico-tomista, a lo mejor se anima a pedir que le publiquen uno que otro artículo en *El Norte*, y quién quita y hasta lo inviten a colaborar con un trabajo más extenso en un volumen colectivo semejante al ya clásico *Pensamiento empresarial mexicano*. No faltará, entre los profesores del Tec, quien lo asesore por una ni tan enorme suma.

Y suponiendo que ya le dio en serio porque empiecen a ver en su persona y en la de su esposa a elementos valiosos, que además de moverse en un plano de identificación con los miembros de La Sagrada Familia lo hacen con un buen nivel cultural, asista entonces a los cursos de administración de negocios: Agresividad en la Conquista de Mercados Internacionales; Estrategias de Productividad; Diversificación Horizontal en una Economía de *Take Off*; Nuevas Técnicas en el Reclutamiento, Manejo y Ajuste de Personal; Función Social de la Empresa y Ahorro Fiscal; Fórmulas de Solución al Problema de Salarios Inflacionarios y Ganancias Antiinflacionarias; Financiamiento Sano y Falta de Liquidez en Empresas en Quiebra. Asista también a los seminarios de políticas empresariales: La Empresa, Matriz de la Edificación Social; Libre Empresa contra Patología Planificadora; Frente a la Insania Estatizadora,

la Terapia Privada; Desaparición de los Controles Estatales y Beneficios Inmediatos bajo la Ayuda Amiga del FMI: Dos Condiciones para Recuperar Parcialmente la Confianza; Efectos Socializantes de las Huelgas en el Orden Laboral; Ante el Desastre de las Empresas bajo el Sector Estatal de la Economía, su Rescate Inminente por parte del Sector Privado; Importancia del Congelamiento de los Salarios en un Régimen de Austeridad.

Usted y su esposa acudirán a alguno de los maestros que se han distinguido en Monterrey por dar clases particulares a la gente rica. Si llegasen a formar parte de alguno de los exclusivísimos grupos que se reúnen a la hora del té con el fin de convertirse en diletantes, sencillamente ya habrían empezado a situarse.

Viaje y cultívese

Dé por hecho que pronto, si ambos se aplican, podrán empezar a opinar sobre el arte rupestre y sus orígenes rituales. Su entusiasmo por tal etapa primitiva del arte los llevará a visitar, en la primera ocasión, las impresionantes cuevas de Altamira en Santander, España. Este entusiasmo lo trasladará luego al arte griego. Es recomendable, por lo complicado que resulta aprender en un curso breve las características de diferentes etapas, periodos, escuelas y maestros, que escojan aquellos aspectos que más fácilmente puedan conectar con su experiencia. Es más simplificado conocer el arte por su lado turístico. Muchos habrán ido a Grecia sin ver por ningún lado el arte cretense, pero nadie pudo haber dejado de visitar el Partenón. Lo de menos será que se empape de los detalles de la escuela dórica que en este templo pueden admirarse. Sus escalones desgastados por el paso del tiempo, sus columnas acanaladas y sus frisos —que como ya sabemos están en el British Museum de Londres— son difíciles de olvidar. Y aquí una buena idea, que si bien puede significarle un más que

regular desembolso sin duda habrá de proporcionarle esos temas culturales de conversación que a usted y a su esposa tanto les pueden valer abordar: el arte y la cultura de todos los tiempos y lugares han encontrado su expresión máxima en los templos. ¿Por qué no enfocar sus conocimientos culturales desde este punto de vista? Sería nada menos que matar dos pájaros de una sola pedrada: hablar de arte y religión, y hacer de las clases de arte un complemento de los viajes con espíritu de cultivarse.

De la cultura griega, para seguir el método tradicional, pasaría a la cultura romana y bizantina. Esto quiere decir que deberá visitar Roma, donde coexisten los monumentos paganos, pertenecientes a una era que afortunadamente el cristianismo vino a redimir, y los monumentos religiosos. Con visitar el Templo de Marte y la Catedral de San Pedro, con el consabido *détour* a la Capilla Sixtina, usted y su esposa tendrán material de sobra para hablar de la Roma imperial, que muchas sabias lecciones de política, administración transnacional, oratoria y derecho nos legara, y de la Roma eterna, sede importante del arte renacentista y del máximo poder espiritual del mundo.

El arte bizantino encontró una magnífica expresión en la Basílica de Santa Sofía. A usted y a su esposa —o al menos a usted— no podrá escapar la evidencia del gusto de los emperadores romanos por las cúpulas enormes. El simple viaje a la antigua Constantinopla ya es un viaje estrictamente cultural.

Podrá ver que la Edad Media no debió ser tan oscura como la pintan cuando dejó inmemorables monumentos por toda Europa. Si alguna etapa cultural se puede conocer por sus templos ésa fue, a no dudarlo, la del arte gótico. Váyase a Colonia y visite su catedral, váyase a Burgos y a Sevilla y haga lo mismo, váyase a París y recorra las naves imponentes de la catedral de Nôtre-Dame y haga otro tanto con las de Chartres y Amiens. La abadía de Westminster, aunque encierra muchas y muy penosas cuestiones históricas que lesionan todavía la fe católica, significa un

must èn el itinerario del arte gótico que usted y su esposa se han propuesto seguir fielmente.

Ahora una visita a las culturas periféricas. La milenaria China, con su bosque de pagodas, entre las cuales llama la atención de todo el mundo la pagoda del Gran Dragón, ilustra elocuentemente la época de las dinastías imperiales chinas y la soberbia herencia que la inútil revolución cultural de Mao quiso borrar de un plumazo; y la India, con sus extravagantes cultos eróticos que han quedado esculpidos en los retablos *pornográficos* de los templos de Ellora y Ajanta.

Tailandia parece tener más templos que casas, y en Bangkok uno tiene la impresión de hallarse en la Cholula del sureste asiático: templos por todos lados en un increíble hacinamiento de luz y color. El viaje a este país enriquecerá su mundo cultivado, por más que le sea imposible retener los nombres tan iguales todos del tai, su extraño idioma.

Si de templos exóticos se trata no debe perderse de visitar centros ceremoniales famosos en América Latina, como el de Machu Picchu, en el Perú, y el de Petén, en Guatemala. Y ya que hubieren empezado ustedes a entrar en contacto con la cultura maya bueno sería que hicieran un recorrido por la región donde los mayas se dieron a la tarea de construir todo tipo de templos y sitios religiosos: Bonampak, Chichén-Itzá, Tikal, Tulum, Uxmal. Desde ahora esté usted seguro de que al referirse a temas de carácter cultural resultará más original hablar acerca de la cultura mexicana que de otras culturas que les son más familiares a los miembros de la Gran Élite. Nadie pasará por alto el hecho de saber de sus labios o de los de su esposa que los mayas, igual que los griegos o los romanos, tuvieron en su cultura un periodo preclásico y otro clásico, y que sus conocimientos matemáticos y astronómicos pudieran ser considerados científicos.

Otro tanto se admirarían de saber que los aztecas no eran unos carniceros humanos ni los hunos de América que

todo lo arrasaban y lo sometían a su paso, sino una civilización de instituciones desarrolladas y hasta democráticas, superiores a las de otros pueblos de la época que han acaaparado para sí el término de civilización. Claro, aunque usted llegue a convencerse de que la conquista fue un acto tanto o más brutal que las atrocidades de nuestros antepasados indígenas conocidos como bárbaros jamás se atreva a externarlo. Lo verían a usted como un individuo sospechoso y medio herético. Católicos monolíticos como son los MMs defenderán con vehemencia el contenido civilizador de la conquista por un motivo fundamental. Ya lo adivinó: ella nos trajo consigo la fe católica, que acabó con las salvajes idolatrías. Sea cauto. La primera en escandalizarse sería su mujer. La catedral metropolitana, símbolo de esa fe, es un monumento tan bello e imponente que nadie se atrevería a cuestionar su origen por el simple hecho de haber sido edificado sobre las ruinas del gran teocali azteca. Y menos usted, que pretende hacerse una imagen aceptable y aceptada dentro de la buena sociedad, en cuya cúspide quiere sentar sus reales.

Dentro de lo que podríamos llamar viajes reverenciales están tres que usted y su familia no pueden dispensarse, so pena de sufrir una gran devaluación social: el viaje a Sevilla durante la Semana Santa, el viaje al Santo Sepulcro en Jerusalén y el viaje al Vaticano con el objetivo expreso de ser recibidos por el papa en audiencia especial.

Así como los templos fueron la expresión monumental del arte premoderno, con los cambios que se operan en el mundo empezará a imponerse el arte laico.

El triunfo de la revolución francesa pondrá el acento no ya en los templos sino en los edificios civiles. A usted le bastará con una estancia en París para empaparse en las obras características del arte neoclásico. De paso, podrá seguir la trayectoria del arte moderno, desde el impresionismo hasta el *art nouveau*, que han tenido origen también en París. Le saldrá regalado.

Es muy aconsejable que sea buen conocedor y promotor

del arte mexicano. Para esto también hay que viajar fuera del país, donde se hallan las mejores colecciones de los maestros modernos y contemporáneos. Ya no se tratará solamente de contemplar las obras pictóricas, sino de invertir en ellas para emular adecuadamente a los Meros Meros, que en los últimos tiempos descubrieron el mercado del arte y se han dedicado a adquirir obras y colecciones famosas de los más cotizados pintores mexicanos: Orozco, Rivera, Siqueiros y Tamayo.

La guía literaria del Reader's Digest

Hay otros aspectos culturales que afortunadamente han ido perdiendo paridad social frente a los conocimientos prácticos de la Gran Élite Regiomontana. Uno de ellos es la literatura. No tiene objeto ocuparse, entonces, de conocimientos que no constituyan un tópico de conversación. En su esposa sí, para que vea, las lecturas literarias puede ser que adornen un poco más su persona. Por alguna extraña razón, de las mujeres se espera que sepan más que los hombres en estos menesteres culturales. Póngale pues un maestro versado en el quehacer literario que la haga leer algunas obras clásicas seleccionadas y en versiones sencillitas para que no se aburra a las primeras de cambio. Que conozca los cantos más célebres de *La Ilíada* y *La Odisea*, así como los episodios más populares del cantar de gesta (en español moderno) y de *El Quijote*. Que se lea lo clásico de Shakespeare, Tolstoi y Dostoievski, Flaubert y Stendhal, Charlotte Brontë, Jane Austin, Oscar Wilde y Agatha Christie en las Lecturas Condensadas del *Reader's Digest*. Si no ha dado muestras de fatiga, que se lea también su Hemingway y su Steinbeck. Desde luego no podrá pasar por alto una selección de Juan Rulfo, Octavio Paz, Carlos Fuentes y Carlos Monsiváis; y tampoco, ahora que Gabriel García Márquez ha logrado con el Premio Nóbel darle plusvalía a la literatura latinoamericana, la obra de este

autor, la de Vargas Llosa, Cortázar y Borges, de perdida.

Con una que otra cosa que su mujer le platique o le dé a leer de vez en cuando, usted tendrá suficiente. Lo demás que usted debe leer se halla en los estantes cada vez más repletos de *best sellers* de las librerías de la ciudad.

Dentro de la literatura, ya de por sí venida a menos, la poesía se ha deslizado más que ningún género. Ni siquiera su mujer, que aspira a darse su barnizadita literaria, tiene por qué preocuparse de ella. Con que se aprenda de memoria las redondillas de Sor Juana, alguna rima de Bécquer y un par de poemas de Amado Nervo pasará por versada en tan recóndito placer. Y en cuanto a usted, mejor ni le mueva: a la poesía se le identifica con cosa de ociosos, soñadores y maricones.

Show time

En materia de arte el *show* es la clave: todo lo que se acerca a su naturaleza atrae público, y por eso usted puede hablar de las óperas que se ha tenido que fumar cuando funcionaba la Ópera Monterrey o, allá de tarde en tarde, en el Civic Music de Dallas, cuando le ha tocado acompañar de compras a su mujer. Le resultan pasables los conciertos organizados por la SAT, pero donde usted ha notado que no se llevaba tan mal con la música clásica como pensaba y que incluso ha llegado a entenderle algunas cositas es en las ocasiones que su mujer lo ha arrastrado a la temporada de conciertos en Salzburgo, en Aspen, en el Hollywood Bowl de California o en el Carnegie Hall de Nueva York. Con el tiempo ya sólo cabecea de vez en cuando y no ronca estrepitosamente durante los adagios como solía hacerlo antes, cuando lo máximo para usted en cuestiones musicales eran las polkas y las redobas que desde niño escuchó en la radio de galena desde su pueblo natal.

También al principio el ballet le resultaba la cosa más ridícula y aburrida del mundo. Al paso del tiempo tuvo

que aceptar que los *pas de deux* y los *pas de quatre* eran una forma sofisticada de decir dobles o cuádruples, y que descubrir su diferencia le producía a usted alguna diversión. Actualmente no se atrevería a decir, como antes no dejaba de hacerlo, que las bailarinas eran unas manfloras y los bailarines una punta de jotazos, y aun permite las bromas que le hace su mujer (por menos, unos años atrás la hubiera medio matado) acerca de lo mucho que se le quedó viendo a usted tal o cual de los principales bailarines que le ha tocado aplaudir en el Covent Garden de Londres o en el Ballet Bolshoi de Moscú.

Con el teatro le ha sucedido algo parecido. Antes, teatro para usted eran las tandas de la Calzada Madero o el Blanquita. No tuvo mucha dificultad en entender las comedias musicales montadas por el Tec, pero sí empezó ya a poner reparos cuando su mujer le insistió en que fueran a ver *¿Quién teme a Virginia Woolf?* o *El diario de un loco*. El colmo fue cuando se tuvo que chupar *Hamlet*, *Edipo rey* y *Las moscas*. No entendía nada. Y menos cuando por primera vez tuvo que asistir a la representación del primero en inglés. Claro, se tuvo que convencer de que pronunciar correctamente el nombre de Sheakespeare no era lo mismo que chapurrear algunas frases para hacer sus primeras transacciones de exportación con los reyes del dólar, y se animó por el método Berlitz. Lo mismo su esposa. Después, con el novedoso uso de las cassettes, aprendieron francés a nivel de poder pedir cosas y sostener una conversación casual. Esto ha sido bueno, pues a ambos les ha ganado fama de cultos. Así que compre más cassettes en otros idiomas. Algún día los llamarán políglotas.

Todo esto, así como ciertas películas de Polanski y de Fellini, le han costado sus dolores de cabeza, pero al fin y al cabo le han permitido alternar mejor en los círculos de la Gran Élite. Siga por ese camino, aunque una y otra vez tenga que vomitar al salir de una función de ballet moderno, de música concreta o de cine de Bergman.

Tal vez de joven usted intentó rasgurar la guitarra, y

aun se decidió a llevar una que otra serenata a su novie-cita querida. Por su parte, la que ahora es su esposa tomó algunas clases de piano. Esos vagos conocimientos pueden serles de alguna utilidad. Actualícenlos. Su esposa tiene tiempo, y podría llegar por lo menos a acompañar piezas. Con esfuerzo y disciplina usted estaría en condiciones de hacer otro tanto. Se estimularían con los nuevos instrumentos electrónicos, que casi tocan por sí solos. Luego, un profesor de canto podría sacarlos de su desafinamiento salvaje y enseñarles a modular la voz. Los micrófonos acondicionados de hoy en día harán el resto. Con otros amigos que tengan similares aspiraciones histriónicas pueden formar un conjunto y quedar bien en esta o aquella ocasión amenizando las tertulias organizadas por algunos de los miembros del Grupo Anhelado. No crea que este tipo de aficiones se queda en el mero plano de la diversión. Suponga que su conjunto tiene éxito. Será invitado a numerosas reuniones, en las que usted tendrá oportunidad de darse a conocer entre los Meros Meros, no sólo por su habilidad musical y la de su esposa, sino por su altruismo. Habrá un día en que los inviten a tocar en algún conjunto a beneficio de una obra social impulsada por uno de los comités de damas de conocido ascendiente entre la Gran Élite.

Muchos destinos se han decidido dentro del Gran Círculo de los Escogidos por la vía de la diversión y el *show* promovidos por el Casino de Monterrey. Que usted es una papa para la música y que cuando baila lo hace con la gracia de un pelícano, ni modo. Pero no todo está perdido. Su mujer o su hija pueden tener el don del ritmo en las caderas y saber moverse en una pista de baile. Bien, ellas pueden elevar sus bonos participando en las comparsas que compiten durante las fiestas de Carnaval —copia decente y en pequeño del Carnaval de Río— o formando parte del elenco de las famosas revistas musicales que montan año con año diferentes grupos de entusiastas miembros del Casino. En estos grupos existen jerarquías: están los grupos propia-

mente de aspirantes, como usted, de los semi Meros Meros —Grandes Apellidos que no tienen el control de las empresas en los consejos de administración— y los de auténticos Meros Meros. Se puede pasar de unos a otros por amistad, compadrazgo, matrimonio, favoritismo, habilidad o ligue. Oportunidades de ascenso, pues, no faltan. Empiece por buscar aquellas que por simple proximidad física lo acerquen a los MMs, lo vuelvan familiar a sus ojos. Detecte todo momento de reunión en que se hallen presentes para localizar una mesa, una butaca, una habitación de hotel cerca de donde estén. En una palabra, forme parte de su corte espontánea y desinteresada.

Póngase en el peor de los extremos: usted, su mujer y sus hijos son unos negados para el baile y la música; sin embargo, una de sus hijas posee lindas piernas. En este caso también podrá destacar en la vida rutilante del Casino y consecuentemente en las esferas a las que usted quiere trepar. Se unirá al coro de las *show girls* que anima en las revistas musicales entre uno y otro *sketch*. En la *Gaceta del Casino* irá dejando su huellecita, que tal vez algún día le producirá resultados. . . , y a usted también.

*Deberes cumplidos
igual a imagen pública
elevada al cuadrado*

Para poder conseguir los objetivos que se propone, usted debe ser muy celoso de sus deberes y de los de su familia.

Las responsabilidades hacia su trabajo y hacia lo que de usted esperan quienes determinan la opinión entre la Gran Élite y su Círculo Interno deben ser motivo de todos sus desvelos. Crearse fama de individuo negligente en la atención de sus negocios es tanto como pedir ser sacado de la función antes de que ésta comience. Tal responsabilidad frente a su empresa implica varias cosas que usted debe tomar en cuenta. La creatividad y el arrojo para dar solución

a los problemas de orden tecnológico, administrativo, financiero y laboral que se le presenten son dos de las más importantes, y serán motivo de aprecio en los círculos en los que se mueve. Pero cuidado, no confunda la creatividad con formas de operación que desconoce y que pueden escapar de su control, ni el arrojo con el aventurerismo y la ambición desmedida, al grado de poner en grave peligro la estabilidad de sus empresas. El precio de estos pecados se paga —y a ello no escapan ni los Meros Meros— con la ineficiencia, el tropiezo, la posible ruina y con el consiguiente descrédito social, empresarial y hasta familiar.

Otro aspecto que cuenta mucho en los tiempos que corren es el de la responsabilidad que usted debe asumir frente a las finanzas de sus empresas. No porque a todos afecte actualmente la calamitosa falta de liquidez piense que sus errores financieros podrá cometerlos sin sanción en el mundo de los altos negocios, justificándose en aquello de que mal de muchos consuelo de tontos.

En el terreno laboral es donde un empresario regiomontano prueba su verdadera cepa de tal. Si usted no logra establecer un control férreo sobre sus trabajadores y un día vienen los líderes de la CTM y se quedan con el sindicato hasta entonces en manos de *su gente*, olvídense que algún día pueda formar parte de la Casta Superior. En el momento en que su empresa o empresas caigan en esa triste condición de empresas manchadas por el sindicalismo rojo se apestarán y lo apestarán a usted. Por esto mismo, desde el momento en que empiece a construir su emporio industrial, deberá pensar en todos los mecanismos habidos y por haber —desde persuadir a sus trabajadores a través de sus esposas e hijos de que *la empresa somos todos*, hasta el empleo de guardias blancas— para hacer que su personal se mantenga totalmente aislado de otros trabajadores, incluso de los trabajadores de sus otras empresas, pero sobre todo de aquellos que han sido víctimas de los agitadores socializantes y de los líderes corruptos entregados a la perniciosa influencia del Estado.

Usted debe ser un empresario activo y solidario con sus congéneres. Huya de actitudes pasivas e individualistas, pues éstas no le conducirán a nada bueno. Sobre todo cuando el sector empresarial tenga que enfrentarse a políticas gubernamentales lesivas a los intereses del sector privado. Y lo que es más, en este tipo de coyunturas muéstrese más papista que el papa. Truene, despotrique y arremeta contra los termes de la desunión, la marabunta burocrática, las langostas bíblicas de la destrucción intersectorial, los caníbales oficiales de la armonía social. Locos y mal nacidos llame a quienes atentan contra el dominio privado de la economía defendida sobre todo por los Meros Meros de Monterrey.

Sáquele partido a las épocas de crisis, presione en coyunturas electorales y cambios sexenales, firme desplegados, haga declaraciones altisonantes, únase a los otros empresarios de su gremio para presentar un frente común. Destáquese como cruzado de los fueros empresariales con la convicción absoluta de que esto le será reconocido en todo lo que vale por aquellos a los que usted considera sus gurús.

Dentro de sus deberes como empresario está también el de participar en política si ello le significa avanzar en la ruta que se ha trazado. Aproveche las oportunidades que se le presenten para representar a sus semejantes en los organismos empresariales cúpula. Las circunstancias pueden obligarlo a tener que desempeñarse en política partidaria. Es éste un terreno minado que sólo los muy hábiles pueden transitar sin el peligro de quedar mal con Dios y con el diablo. Piénselo dos veces antes de embarcarse en una aventura que puede comprometer el grandioso futuro que usted se ha prometido. Por el contrario, siempre que esa participación política se le ofrezca dentro de los marcos de la organización empresarial, no lo piense mucho y acepte los cargos y comisiones que le propongan.

*Pecar, hacer penitencia
y luego vuelta a empezar*

Hay otros tipos de deberes que usted debe observar con toda propiedad. Éstos son los deberes morales, que por un buen tiempo estarán a la orden del día. Empiezan, como todo, por su casa. Usted y su mujer serán el prototipo de la pareja ideal, guardiana de la fidelidad conyugal, de la ley de Dios y de la buena educación y costumbres de los hijos que han procreado. No se aterrorice, nadie lo va a poner en la picota del descrédito porque usted, como hombre que es, tenga por ahí sus guardaditos, siempre que guardaditos queden (cuídese al máximo de que un día pueda servir a sus enemigos, para chantajearlo, el descubrimiento de un hijo o hija natural). Confiécese y comulgue a la luz de todos para lavar sus pecadillos, según lo manda la rueda de la existencia: pecar, hacer penitencia y luego vuelta a empezar. Si goza manchándose en privado no importa, con tal que mantenga impoluta su imagen pública.

Como una estatua que alguien se va construyendo a sí mismo, usted debe ir creándose la imagen que corresponde a un futuro patriarca de la empresa regiomontana. Por ello es que su vida privada debe rodearla de un halo de misterio. Le costará más trabajo que al común de los hombres echarse una cana al aire y exhibirse con otra mujer que no sea la suya. Esto es muy importante: frente a los ojos de los demás debe mantener una actitud distante y reservada hacia ella (nada de guasearse ni llevar el trato conyugal hasta el degradante plano de los *cielitos*, *corazoncitos* y *viditas*). Perder la figura en cualquier circunstancia, ya sea por motivos familiares, amistosos o de falta de sobriedad, resulta tanto como demoler lo que usted haya podido construir de su escultura. A esto se llama el deber de la propia estima; su contraparte es el respeto que los demás están obligados a profesarle a usted. El culto a la solemnidad es —debe ser en su caso— un imperativo categórico.

Su carrera patriarcal tiene que irradiar un estilo caracte-

rístico en todos sentidos. Así como usted no deberá permitir que se le suban a las barbas sus congéneres menores, amigos, trabajadores y empleados, lo mismo cabe decir respecto de sus parientes más o menos cercanos, y aun de sus hijos o de su esposa. Su autoridad está por sobre todas las cosas, y nada ni nadie podrá ponerla en entredicho. Cuando el *umpire* dice *out* es *out*, y ni Dios padre puede cambiar la decisión. En su caso tendrá que ser similar: su palabra es decreto y sus órdenes mandamientos mosaicos.

Lo peor que le puede suceder a un aspirante a patriarca es que su esposa lleve la voz cantante o haga caso omiso de sus indicaciones. Ella puede mandar sobre la servidumbre de la casa y sobre algunas cuestiones de poca monta respecto de los hijos. En todo lo demás a ella le toca obedecer. La obediencia será su mejor virtud, aunque esto pueda llevarla a ser una esquizofrénica: una será ella en su relación con usted y otra, muy distinta, con sus parientes, amigas o amante.

La mujer, entre la Gran Élite, debe ser sumisa ante los ojos de los demás, aunque en secreto sea ladina: por una de sus fases la perfecta casada y por la otra *madame* Bovary. Por un lado al marido le dirá a todo que sí; por el otro sacará lo que ella en verdad quiere. Pero lo importante es guardar las apariencias. Y en esto de las apariencias ninguna otra será cultivada con más celo por usted y los suyos que la de la religión. Para la Casta Superior siempre ha sido redituable acatar lo que se supone son los deberes para con la Iglesia. Y éstos no son pocos: ir a misa y comulgar los domingos y días de guardar, y mandar a la servidumbre que haga lo mismo; inaugurar la casa o nueva fábrica mediante la consabida bendición del padre; observar las prácticas cuaresmales con la mayor fidelidad (claro, siempre y cuando, por alguna razón extrema, deba permanecer en la ciudad; de otra manera, usted y su familia se eximirán a sí mismos yendo a vacacionar a un balneario donde estas prácticas estén desterradas); acudir a los sepelios y guardar luto de acuerdo con el canon respectivo; hacer intervenir

en los conflictos conyugales o filiales, antes que al psicólogo, como otros suelen hacerlo, al sacerdote de la familia, en tanto que director espiritual de ésta; vigilar con sumo cuidado que a ninguna de sus empresas entre un solo obrero que no profese la religión católica, e instruir, con la ayuda de su esposa, a la familia de éste en los santos preceptos de la Iglesia, así como estimular en él, en el mejor estilo populista, el fervor guadalupano, el fervor papal y otros fervores similares; bautizar a propios y extraños; inscribir a sus hijos en colegios confesionales y llevarlos para que ofrezcan flores a María durante el mes de mayo; poner en Navidad el Nacimiento (aunque sea de manera simplificada, pues en este terreno le han ido ganando la carrera al Niño Jesús el pinito sajón y el jocoso Santa Claus); jamás permitir que nadie muera sin que le sea impartida la santa extremaunción; realizar retiros espirituales, junto con su mujer o separadamente, para afianzar los signos de la fe; mandar decir misas por aquellos familiares que hayan muerto en el seno de la Santa Iglesia Católica, Apostólica y Romana; e imponerse y cumplir promesas —las mandas del populacho— para templar la voluntad, y esperar, a cambio de ello, la solución a graves problemas.

Como una extensión de estos deberes, tanto usted como su esposa se aplicarán a la ejecución de obras pías, de beneficencia y caridad. Será importante que, de una manera u otra manera, favorezcan los afanes caritativos de instituciones tales como Pan Nuestro, Caritas, Mano Amiga y Nuevo Amanecer.

Nada placará más a los Meros Meros que usted costee becas, misiones dentro y fuera del país, la edificación y mantenimiento de iglesias, seminarios y conventos; orfanatorios, hospicios, granja-escuelas, dispensarios, guarderías, casas de cuna, hospitales y clínicas, centros de socorro, comedores de pobres, clubes y asociaciones sociales presididos por el espíritu católico. Usted mismo puede tener los suyos propios para brindar a sus trabajadores orientación y esperanza, y así mantenerlos agradecidos y al margen

de influencias nocivas provenientes del Leviatán mexicano o de líderes oficialistas o rojotes. La gran ventaja es que los fondos destinados a estas instituciones casi todos son deducibles de impuestos.

Vida nocturna

Monterrey, usted quizá lo haya notado, no es precisamente una ciudad que se distinga por su vida nocturna. Las tres o cuatro *boîtes* de noche con *showcitos* de medio pelo y el puñado de discoteques no justifican el potencial económico de la ciudad, que podría sostener un intenso ritmo de diversiones de esta clase. ¿Por qué? La respuesta es fácil: los *happy few* de Monterrey no son ni más ni menos recatados que los de otras ciudades cosmopolitas semejantes. La diferencia es que los regiomontanos se sueltan el pelo, pero en privado o fuera de su ciudad. Usted no podría ser la excepción, a riesgo de darse una quemada de tercer grado. Afortunadamente sus millones le permiten trasladarse a las grandes capitales del reventón o pagarse placeres clandestinos en su ciudad, bien disfrazándose de Fantomas para hacerla de *peeping Tom* por las noches tratando de sorprender mujeres desnudas o por desnudarse a través de alguna descuidada ventana (con la seguridad de que cualquier inoportuna interrupción será neutralizada a base de pesos), bien pagándose encerronas ferozmente custodiadas por sus guardaespaldas, en las que usted sea tratado como sultán por un escogido harén de bellas oficinistas y universitarias que mejoran sus ingresos trabajando horas extras. Si su atrevimiento se lo permite usted puede hacer del con sabido espectáculo una sesión placentera para sus amigos *voyeristas*, que podrán gozarlo desde el otro lado de los espejos de dos caras ya muy conocidos en el pornomundo.

Pero si usted es más sensato optará por alejarse lo más posible de la curiosidad local para refocilarse a sus anchas en todos los lugares internacionales que se especializan en

ofrecer los placeres más paradisíacos y sofisticados que pueda imaginarse.

El que viaja, conoce; el que conoce, desea; el que desea, busca. Con dinero: el que busca, encuentra. Usted puede encontrar todas las sensaciones placenteras que el comercio *underground* ha multiplicado y refinado en ciertos sitios.

Empecemos por el erotismo visual, que es el erotismo de nuestro tiempo. El *strip-tease* que surgió como audacia máxima en los centros nocturnos de París, Londres y Nueva York, como usted sabe, ha tenido que pulirse con elementos coreográficos y escenográficos para seguir teniendo éxito. Después de *Hair* y *Oh Calcuta!*, los espectáculos musicales que produjo la ola desinhibidora de *hippies* y rock durante los setenta, a los y las *strip-teasers* no les quedó más que aprender a bailar danza moderna. El *strip-tease* se convirtió entonces en un espectáculo apto, casi, para toda la familia. Claro, para toda la familia de otras latitudes. En Monterrey usted, pero sobre todo su esposa, han desaprobado, y si no ha sido así deben hacerlo en la primera ocasión, todo espectáculo que atente contra la decencia y las buenas costumbres. Seguro que su esposa, con la anuencia de usted, capitaneó uno de los comités de damas que fustigaron la presentación de unas negras lascivas que pretendían mostrarse en Monterrey con el busto (la palabra senos es impropia) al aire en una función dizque de ballet lleno de convulsiones; fue también ella una de las más destacadas representantes de la ira de Dios que cayó sobre quienes quisieron —y al fin lo lograron, desafortunadamente— ver la estatua de un hombre desnudo en plena Fuentes del Valle. Todavía considera que hubiera sido un triunfo del recato, necesario para educar a la comunidad en las santas enseñanzas, haberle puesto una hoja de parra al David que hoy se erige con toda indecencia sobre nuestra avenida San Pedro. Un triunfo semejante hubiera sido que a la réplica de la Diana, donada a Monterrey por el Centro por quién sabe qué oscuras razones, le hubiese sido puesto un taparrabo como el que le mandó

poner al modelo original la entonces primera dama de la nación, doña Soledad Orozco de Ávila Camacho.

Pero volvamos a los placeres individuales, que esto ya es harina de otro costal. Por razones de su alta jerarquía usted debe conocerlo todo, pues ha ido intuyendo que en la esfera de los *business* hasta los temas más remotos o diabólicos un día se truecan en oportunidades. Maneje, pues, al centavo todo lo que se refiere al nudismo. Además de los *strip-tease*, debe conocer los *shows* de moda que en la Broadway Street de San Francisco, la Bourbon Street de Nueva Orleans o Time Square de Nueva York se hallan de puerta en puerta. Se han vuelto rutinarias todas sus variantes: hombre con mujer, hombre con hombre, mujer con mujer, hombres con mujeres y mujeres con hombres, e incluso, de vez en cuando, algún hombre o mujer con su mascota preferida. Es posible, por razones de edad, que usted se haya perdido algunos de los *shows* internacionales conocidos por su espectacularidad que existían en la grandiosa Cuba de Batista. Este importante centro prostibulario fue arruinado para siempre por los barbones comunistas de Fidel, quitándole así todo su sabor guapachoso y festivo a la bella isla. Tendrá que buscar, en este caso, para no quedarse con esa laguna, centros similares en otras partes del mundo: Tángier, las Filipinas, Corea del Sur, Puerto Rico.

Sólo en Monterrey puede ocurrir que una sala de arte, como se hace llamar el cine Buñuel, se dedique a pasar exclusivamente películas pornográficas. Pero nadie puede dudar de su éxito taquillero. Las colas para entrar a la función de media noche son más largas que las que hay en los países socialistas para comprar tres litros de leche. Pero usted que jamás ha hecho colas en su vida, ni siquiera para comulgar, no pensaría ni por asomo en asistir a una de estas funciones. En ciertos *pubs* de categoría a los que usted ha ido en Estocolmo, Oslo y Copenhague ha visto la mejor selección de *pornofilms*; pero además los mejores de ellos forman parte de su filmoteca particular. En su

pantalla gigante usted se los pasa a sus amigos más íntimos. La privacidad, tanto fuera del país como en éste, y principalmente en su ciudad, debe usted preservarla sobre cualquier cosa. Más en cuestiones tan delicadas como son las de la moral.

Placeres clandestinos

De los campos nudistas todavía se habla como de invenciones producto de mentes calenturientas. Usted sabe, o debería saber, que forman parte de una realidad experimentable, aunque, es cierto, sólo accesible a los *happy few*. La fortuna y sus habilidades lo han colocado entre ellos. Intente, pues, valerse de esa circunstancia para visitar algunos. Los de la Costa Azul gozan de un buen ganado prestigio. Sin embargo, a decir verdad, casi todos se parecen. Como ha dicho un conocido humorista, los campos nudistas son esos lugares en que nadie se conoce porque nadie se ve la cara. Pero lo más probable es que le resulten aburridos luego de pasada la primera impresión. Por alguna extraña razón, la inocencia del cuerpo en su estado edénico le resta potencia a lo que los occidentales conocemos como erotismo. Éste parece nutrirse no tanto de lo que está descubierto como de lo que está cubierto. De otra manera, los campos nudistas se convertirían en versiones modernas de las legendarias Sodoma y Gomorra. Si no lo ha comprobado, ya lo comprobará: estos campos podrán ser terapéuticos, pero de ninguna manera excitantes. Sin embargo, algunos de los visitantes de las playas nudistas de Mikonos o Ibiza opinan distinto.

Y hablando de terapia, sobre todo si usted no soporta la proximidad física de los demás sin sentir rechazo, incomodidad o frenesí, debe internarse —pretextando un viaje de negocios— en una de esas *Touch Clinics* especializadas en las técnicas de la coexistencia humana a través del tacto y el desarrollo de todas sus capacidades bioenergéticas.

Digamos que usted sólo quiere pasar por la experiencia para poder gozar tocando a ciertas mujeres de buen ver sometidas a tratamiento; el único riesgo que corre es que a usted también lo toquen y que no sea precisamente una mujer. En este caso lo recomendable es que se mantenga de espaldas a la pared. Las terapias corporales se han extendido, y así, desde las más o menos accesibles camas de agua, hasta los científicos *flotation tanks*, donde el cuerpo inmerso en una emulsión de aceite flota por inercia, como feto en la matriz, dejando que la mente se expanda para suprimir la tensión, se ha ido conformando una industria de la salud. Usted puede ser uno de sus más conspicuos consumidores.

Antes usted sabía identificar de qué se trataba cuando en revistas y periódicos cosmopolitas aparecían anuncios sobre artículos importados para caballeros y enseñanza en lenguas extranjeras. Ahora ya son menos sutiles estos anuncios, pero más detallados, de tal manera que la oferta de aquello a lo que hacen referencia es más específica en cuanto a medidas, nacionalidad, edad, color, sexo, habilidades y número. Cuando no se tiene mucha confianza, pues ya se han dado casos de asaltos, contagios e imposturas, lo mejor es explorar por el lado de ciertos servicios que permiten asegurarse de que lo que se busca no está adulterado ni ofrece grandes riesgos. Busque usted en la sección masajes. Encontrará lo mismo que le harían en el Círculo Mercantil, sólo que en esta ocasión será una mujer en vez de un hombre la que lo atienda. La ventaja es que usted puede elegir. Si ya se acostumbró a las manos masculinas también puede pedir un *masseur* y no una *masseuse*, como generalmente lo hacen los caballeros. Los centros de masaje gozan de una bien ganada reputación en las grandes metrópolis y en países que, como el Japón, tienen una milenaria tradición de delicada cultura corporal. Si usted tiene la suerte de caer en manos de una *geisha* adiestrada en sus propias artes y en las maneras de occidente podrá conseguir, además del masaje más maravilloso que jamás haya recibido, otras atenciones especiales.

Los pueblos primitivos o con una civilización desarrollada que no conocieron la cultura judeocristiana tuvieron entre sus prácticas cotidianas la de los baños comunitarios. Hoy esta práctica ha sido capitalizada por el turismo internacional. Entre las atracciones de mayor jerarquía que éste ofrece se hallan los baños mixtos, y más recientemente los baños *gay*. Dése una escapada a uno de estos lugares, según sus preferencias sexuales. El *Plato's Retreat* de California es un buen ejemplo de baños mixtos. Y para baños *gay* usted podrá encontrar una lista completa de los más exclusivos en los Estados Unidos y en Europa con sólo consultar cualquiera de las dos guías básicas sobre este tipo de lugares: la *Spartacus* o la *Bob Damron*. Debido a su religión, todo podrá considerar menos que éstos sean baños de pureza. Pero no se puede ser casto y cosmopolita a la vez. Usted dirá.

El Mediterráneo, que ha sido pródigo en el arte del descubierto y en otros refinamientos eróticos, ha producido a todo lo largo de sus costas numerosos clubes que han tomado su nombre. Con éste se les conoce a otros creados a su semejanza en diferentes partes del mundo. Se trata de lugares organizados bajo un código altamente permisivo para brindar al *jet set* internacional, combinadamente, juegos, deportes, entretenimiento, todo tipo de *trips* y fáciles acoplamientos e intercambios de pareja. Seguramente usted querrá pasar un fin de semana, al menos, en uno de estos lugares. De intentarlo, deberá ser en uno de los más selectos, pues su reputación no quedaría bien parada si alguien llega a descubrirlo en estas andanzas. Imagínese el chisme que se armaría si en los círculos de la Gran Élite se sabe que a usted lo vieron jugando, desnudo, al conocido y popular juego de los sombreros o participando en un intercambio de llaves de cuarto (cuyo colmo, usted lo sabe, es que le toque la llave del cuarto donde está su esposa).

El viejo concepto de las discotecas donde se hacían otras cosas bajo el pretexto del baile ha sido superado. Ahora esas otras cosas se pueden hacer abiertamente ade-

más de bailar. Una vuelta por *The Sex Machine* lo pondrá al tanto de estos cambios, a los que usted no debe ser ajeno. Y ahora que los homosexuales han sido descubiertos por el mercado, sus lugares han entrado en fuerte competencia con los tradicionales. Vaya en Nueva York a *The Saint*, donde nada está prohibido. . . , excepto las mujeres, y compruébelo con sus propios ojos. Luego podrá contárselo a sus amigos más íntimos, que quizá no sean más de uno.

El cuerpo, como ya se ve, ha sido convertido en fuente de redituables ganancias. Con su tarjeta de crédito, por ejemplo, usted podrá sorprender gratamente a amigos y enemigos el día de su cumpleaños enviándoles, a su oficina o a su casa, un mensaje alusivo que será entregado por una espléndida chica cubierta por un abrigo de pieles, del cual se despojará para dejar ver su cuerpo totalmente desnudo mientras entona la conocida baladilla del *Happy Birthday to You*. También, de la misma manera, podrá conectarse a la cada vez más popular *Sex Line* en una de esas solitarias noches de viaje de negocios al mundo del superdesarrollo. Usted marca el número correspondiente y del otro lado de la línea escuchará lo que su mujer jamás ha sido capaz de decirle. El servicio asegura que usted obtendrá el goce deseado. La publicidad advierte que muchos cónyuges se han avenido recomendándose el uno al otro este tipo de tratamiento.

En la primera oportunidad que tenga, si aún no lo ha hecho, vaya al carnaval de Río. Aquí se puede destrampar sin riesgos. Entre la multitud, las máscaras y el *perfume* típico con que es rociada la atmósfera durante el carnaval puede hacer de las suyas como y con quien le plazca. Jamás nadie podrá saber, a veces ni usted mismo, si le tocó con un o con una carioca. El juego consiste en que la ola del carnaval separa a los maridos de sus esposas, y unos y otras ya no se pueden encontrar, por más que se buscan, sino tres días después y gracias a una feliz coincidencia que los vuelve a juntar, todos estragados, en el cuarto de su hotel.

Queda un placer clandestino más que indudablemente ya adivina: es ese, muy antiguo y nada sofisticado, que usted se proporciona sin tener que salir de su ciudad. El que no exige otra cosa que ser secreto. Total y decididamente secreto. En el momento que deja de serlo, también deja de ser placer. Sobre advertencia no hay engaño.

Usted no puede decir que nada de lo humano le es ajeno, pues su propia existencia, de acuerdo con lo que se ha propuesto ser en la vida, depende no de muchas, pero sí de algunas abstenciones fundamentales. De vez en cuando puede darse el lujo de perderse por ahí, mas no el de dedicarse a la concupiscencia. Confundir sus escapadas con un sibaritismo de tiempo completo sería fatal para sus propósitos. Con los hechos tiene que probar su condición de hombre entregado a su trabajo y a la forja de su estirpe. Tiene que rechazar por lo tanto todo aquello que pudiera asociarlo a las figuras de un *bon vivant*, un calavera, un *playboy*, un *hippie*, un trasnochador, un odiado *gay*, un don Juan, un borrachón o un drogadicto. Ni en su casa ni en sus oficinas pueden tener cabida tales espectros.

Imprescindible copia al carbón

En el plan que usted se ha trazado para entrar por la puerta grande del éxito a las mullidas estancias de los Meros Meros no debe descuidar un solo detalle. Observe, asimile y copie. Lea por sus ojos, escuche por sus oídos, hable por su boca, piense por su cabeza, consuma por sus necesidades.

Pregúntese qué es lo que ellos ven que los demás —la inmensa mayoría— no pueden ver. Desde luego la programación televisiva que permite captar una antena parabólica. Sería torpe que usted, en una conversación acerca de los grandes eventos deportivos que tienen lugar en todos los puntos del globo o de los debates en el congreso norteamericano, no supiera de lo que se está hablando. Su esposa gozaría con esta nueva maravilla tecnológica que pone el

mundo al alcance de los millonarios mexicanos; para ella —y a veces también para usted— el alimento de la telenovela justificaría en sí el invento de la televisión. Pero no es lo que pueda verse por la tele, sino lo que sólo la Gran Élite y uno que otro encumbrado burócrata pueden ver con los nuevos aparatos lo que hace la diferencia. Quizá quienes mejor los aprovechan sean sus hijos, a los cuales mucho trabajo le costará arrancarlos de la gran pantalla de televisión que usted ha mandado montar en el *TV room*. Claro que esto no deja de tener sus ventajas; ahora podrán acostumbrar más su oído al inglés, ya que la mayor parte de los 70 canales vía satélite reciben programas en ese idioma. La otra ventaja es que podrán familiarizarse con la cultura norteamericana, misma que pronto harán casi suya, como conviene a todo miembro destacado de la Casta Superior.

Para complementar esos dispositivos electrónicos, usted no puede dejar de tener su videocassetera, la cual le permitirá, además de grabar innumerables programas, hacerse socio de algunos de los clubes que funcionan en la colonia del Valle y ver así todas las películas premiadas con el Óscar.

El sistema de cablevisión coronará sus privilegios comunicacionales abriéndole un mayor campo informativo y cultural dentro de la realidad norteamericana.

Pregúntese ahora qué leen Grandes Apellidos y parientes, amigos y subordinados que les acompañan. Lea las revistas norteamericanas *Fortune*, *Business Week*, *Time*, *Forbes*, *U.S. News*, *Texas Money*, *The Economist*, *National Geographic*, *Popular Mechanics*, *Tennis*, *Hunting & Fishing*, *Travel*, *Flying*, *Ski*, *Yachting*, *Houston Living*, *Playboy*, *GQ*, *The Robb Report*, *Home Video*, *Tycoons*, *Esquire*; los periódicos norteamericanos *Wall Street Journal*, *The New York Time*, *The Washington Post*, *Laredo Times*, el periódico londinense *Financial Times*. Lea las revistas mexicanas *Expansión*, *Impacto*, *Vida Empresarial*, *Análisis Económico para la Dirección de Empresas*, *Selecciones del Reader's*

Digest. Lea los periódicos mexicanos *El Heraldo* y *Novedades*. Lea los periódicos locales *El Norte* —por supuesto— y *El Diario* de Monterrey (a *El Porvenir* más vale que lo deje por la paz, pues sus páginas se han vuelto pluralistas y llenas de intelectuales a los que no se les entiende nada).

Por su parte, su esposa leerá las revistas norteamericanas *Vogue*, *Harper's Bazaar*, *Architectural Digest*, *Unique Homes*, *Dallas Homes*, *Cosmopolitan*, *Ladies Home Journal*, *Town & Country*, *House & Garden*, *Texas Homes*, *House Beautiful*, *Glamour*, *Bride's Magazine*, *Better Homes & Gardens*, *Diet & Exercise*, *Jet Set*. Leerá las revistas europeas *Elegance Boutique*, *Burda*, *L'Officiel*, *Mademoiselle*, *Sposabella*. Leerá, si acaso, las revistas mexicanas *Fascinación*, *Claudia*, *Buenhogar*, *Belleza*, *Escándalo*, *TV* y *Novelas*.

Una lectura obligada de su esposa será sin duda el catálogo navideño de Neiman-Marcus en su sección *For Those Who Have Everything*. Será de gran utilidad para la familia, sobre todo si aún ella no le ha regalado a usted su *bunker* personal o si no se le ha ocurrido a usted regalarle a ella de Navidad un frigorífico especialmente confeccionado para dormir por varios años en estado de congelamiento.

Lo permitido y lo censurado

Para usted, cuyo tiempo es absorbido por sus múltiples actividades empresariales, deberes particulares y responsabilidades sociales y familiares, la lectura es algo que puede absorberle mucho de su valioso tiempo. Por amenos y útiles que los libros sean, jamás dejarán de ser bromosos. Sin embargo, tanto para manejar sus negocios, como para mantenerse en la corriente de los acontecimientos que en una u otra forma los afectan, pero también para fortalecer sus relaciones públicas e identificación con los Meros Meros, y hasta para amenizar ciertos trayectos, viajes y

pausas en el trabajo, los libros pueden representarle alguna utilidad.

Piense que una de las maneras de arribar a Las Cumbres que ha soñado es la de pasar por un intelectual. No que usted pensara hacer carrera como catedrático o directivo del Tec. No perdería el tiempo en esas tontederas. Deje que los ratones de biblioteca ocupen su tiempo leyendo cosas bonitas o demasiado profundas que no sirven para nada. También en esto usted tiene que ser práctico. Escoja bien sus libros y haga gala de sus títulos. En primer lugar debe tenerse muy bien leídos aquellos libros que sirvan para las finalidades de la empresa y las circunstancias en que ésta opera. Su guía serán libros tales como *Up the Organization*, *Return to Go* y *Go Rin No Sho*. A éstos agregará otros como *Management & Machiavelli*, *Pensamiento empresarial mexicano*, *Karate empresarial* y todos los salidos de la pluma de Luis Pazos, así como los pedacitos más trillados de Adam Smith, Keynes, Rostow y Friedman.

Para estar enterado de cómo anda la política internacional léase a Henry Kissinger; José Ángel Conchello y Mauricio González de la Garza lo ubicarán en la del país. En cuanto a la política regional ni siquiera se tendrá que tomar la molestia de leer —pues no hay libros donde informarse acerca de ella—; le bastará con invitar a sus amigos que han conseguido buenos puestos en el PRI a una cena privada, en la cual, sin tener que pedírselo, lo pondrán al tanto de cómo andan las cosas en Nuevo León.

Hacer amigos y triunfar en los negocios es un binomio inseparable. Para poder conjugarlo de la mejor manera usted habrá descubierto que existen magníficas guías elaboradas desde hace tiempo por Dale Carnegie: *Cómo hacer amigos y triunfar en los negocios* y *Cómo hablar bien en público*.

Usted va encontrando que el equilibrio anímico entre los seres humanos es muy importante, pero como las particularidades e intereses de unos y otros son diferentes

y es imposible conciliarlos fuera del medio social, se requiere someterlos a una transacción. El análisis transaccional es la respuesta, y naturalmente usted la encontró en *Tú estás bien, yo estoy bien*.

Naturalmente que quiere darle espiritualidad a sus relaciones con los demás y aspirar incluso a la Sabiduría, sin la cual ni siquiera Og Mandino se habría podido convertir en el mejor vendedor del mundo. *El Profeta* y *El hijo del Profeta* de Jalil Gibrán Jalil serán, si no sus libros de cabecera, sí sus libros de buró.

Por fortuna, ni usted ni su esposa han tenido nunca problemas sexuales ni sueños que hayan inquietado su virilidad ni la feminidad de ella. Por eso mismo no soporta usted la presencia física de todos esos seres aberrantes y desviados que ahora y siempre han sido una de las más terribles lacras sociales. Pero para conocer las entretelas de esta cuestión que a muchos parece preocupar más de lo debido, así como para hacer de ella un buen motivo de charla con sus encumbradas amistades, vea a una autoridad en la materia. Me refiero al libro del doctor Reuben, autor del mundialmente famoso tratado *Todo lo que usted quiso saber acerca del sexo pero tuvo miedo de preguntar*. Por pura curiosidad, usted leerá en secreto *El hombre sensual*, de la misteriosa autora que se firma con la inicial J; pero mucho cuidado tendrá para impedir que llegue a manos de su esposa el volumen correspondiente titulado *La mujer sensual*, de la misma autora.

Después de leer este tipo de libros, que en realidad poco abonan a la edificación moral, usted, como en un acto de contrición, lea libros tales como *Vale la pena vivir*, de monseñor Fulton J. Sheen. Desgraciadamente no se han producido últimamente en México obras de esta naturaleza que pudieran seguir el camino trazado por el *Catecismo* del padre Ripalda, esa obra monumental que por tantos años sustituyó ventajosamente a la Biblia. Por más que desde Juan XXIII dejó de ser pecado leerla, la gente no la lee ni siquiera en la muy aceptable versión guadalupana. Senci-

llamente no forma parte de la idiosincrasia mexicana, que no se traga la píldora ni porque le canonicen a Lutero. En este sentido usted deberá impedir que se abuse de la fe y que con el pretexto de poner a Lutero en manos de la Iglesia se ponga a la Iglesia en manos de Lutero.

En los últimos años han estado apareciendo libros valientes que en forma de testimonio han puesto al descubierto toda una serie de verdades ardientes que antes no se acostumbraba revelar. Le convendrá leer *A calzón amarrado*, de Irma Serrano, y *Memorias de un gobernador*, de Carlos Loret de Mola, así como *José López Portillo y yo*, de Óscar Flores Tapia, que constituyen verdaderas lanzadas a moro muerto.

Usted puede comentar con tono de estar *up to date* algo que leyó en *Times* o *Newsweek*, o el haberse echado de una sola sentada el ameno libro *México, cuatro crisis de su historia*, de don Jorge Díaz Serrano —hoy caído en desgracia—, que pretende demostrar que no sólo fue bueno para hacer agujeros en los dominios de Pemex, sino para escribir libritos con “un humilde sentido cultural”; pero hay publicaciones a las que no le conviene referirse por nada: quien lo oyera decir que esta o aquella cuestión la leyó en *Proceso* o en *Uno más Uno* lo vería con sospecha. Libros como *Tal cual*, *Nostro Grupo* (comprado en el mercado negro), *Los Meros Meros de Monterrey*, de usted-ya-sabe-quién, ni hablar, esos están censurados. Usted si acaso ha oído comentar sobre su existencia, pero en su biblioteca *jamás habrá lugar para ellos*. Hay otros que también serán objeto de su censura personal: *El Grupo Monterrey*, de Abraham Nuncio, *Burguesía y capitalismo en Monterrey/1850-1910*, de Mario Cerutti, y *Se suplica no enviar ofrendas*, *El Grupo Alfa*, de Iván Restrepo. Ni tiene interés en leerlos ni mucho menos propiciará que sus amigos y familiares los lean. Ojos que no ven, corazón que no siente.

El medio es el mensaje

En los círculos a los que usted aspira pertenecer importa más, en ocasiones, la forma de ver y oír que lo que se ve y lo que se oye. Así que si escucha una ópera (de esas que le chocan), que sea en el Metropolitan Opera House, de Nueva York. Si asiste a un concierto, que sea al Hollywood Bowl de Los Ángeles, y con la Orquesta Filarmónica de Boston o de Filadelfia. Aunque sus gustos musicales lo limiten a Palito Ortega, Rigo Tovar, Sandro de América y al violín más imponente de México, Olga Breeskin, y en lo referente a música clásica al popular *Poeta y campesino* tocado por el Mariachi Vargas de Tecalitlán, no se permita satisfacerlos si no es en su soberbia sala acústica, que mandará instalar en uno de los lugares exclusivos de su residencia.

Y el ballet. Usted y su esposa verán los mejores ballets en Londres, París y Moscú. Disfrutarán las mejores obras de teatro en Nueva York. Bailarán en los centros nocturnos y discotecas más prestigiosas del mundo.

De la misma manera, si usted es amante del fútbol americano, no se conformará con ver los grandes partidos por televisión. Los presenciará directamente en el Rosebowl de Dallas desde el lujoso palco propiedad de alguno de los *Texas Rich* amigo suyo. El chiste es que mientras los Cowboys de Dallas juegan, en el palco, equipado con grandes televisores, bar, estéreo, teléfono para casar apuestas con los aficionados de los palcos vecinos y amueblados con sillones cómplices, los que lo ocupan se divierten no sólo viendo el juego.

Claro, también en Monterrey verá a los Borregos —antes usted le iba a los Tigres, pero bueno, era necesario cambiar debido a su nuevo *status*— desde los palcos comprados de por vida por los “vitros”, “alfas” y “visas”, a los cuales se hará invitar a como dé lugar. Ahora que si usted es aficionado al sóccer jamás se perderá el viaje a los países en donde se celebre el Mundial. Lo mismo hará con las Olimpia-

das y cualquier otro evento deportivo que valga la pena comentar.

Todo lo que pueda hacer en el extranjero le será retribuido en reconocimiento social. No lo olvide y tenga siempre al día el pago de todas sus tarjetas de crédito internacionales, para no desaprovechar una sola oportunidad que se le presente de viajar a los *right places with the right people*.

El sueño dorado: su corporativo

Si usted fuera un señor feudal —en realidad algunas de sus características tendrían que ser parte de su nueva condición—, casa y lugar de trabajo estarían en el mismo sitio: su castillo. Pero los tiempos hace buen rato que cambiaron y las gallinas, otrora habitantes de palacio, han tenido que ser cambiadas a un corral automatizado con sus propias estancias administrativas. Sin embargo, no hay mal que por bien no venga. En el castillo era difícil mantener la necesaria privacidad respecto no sólo de siervos y vasallos sino de mujer y parientes. . . , y hasta de las gallinas que muchas veces, haciendo caso omiso de las jerarquías, confundían el palo de su gallinero con la cabecera de una de las camas señoriales y se tomaban la audacia de dejar su huella avícola sobre el brocado de la cubrecama.

Conforme lo fueron permitiendo sus recursos, el señor feudal fue agregando una torre aquí y un alcazar allá a su castillo, buscando aislarse del tráfigo cotidiano para ordenar sus asuntos públicos o íntimos. Después, con la ampliación de sus dominios y de sus ingresos, el señor feudal creó extensiones de su castillo, que se llamaron residencias de verano o pabellones de caza.

La nueva etapa industrial empezó de similar manera. El castillo ya no fue castillo, sino casa; los siervos ya no fueron siervos, sino obreros; y las gallinas ya no fueron gallinas, sino tornos. Pero casa e industria seguían ocupando

el mismo sitio. Era obvio que para el industrial prácticamente no existía privacidad alguna. Después la industria creció y tuvo que salir fuera de la casa para efectuar sus operaciones en un lugar distinto. El industrial respiró a sus anchas. En casa no podía gozar ni de un privado tan accesible como la sala de recepción de un monarca ni de una o varias curvilíneas secretarías. Ahora la moderna empresa ha permitido estas ventajas. Y usted, sí, usted está para sacarles el mejor provecho posible.

Los viejos empresarios, que no tenían un sentido desarrollado de las relaciones públicas, mantenían, dentro de las grandes naves de sus fábricas, modestas oficinas que hoy serían rechazadas con gesto enérgico por el velador de su negocio. Arquitectura, decoración, efectos ambientales, atención especializada a clientes y amigos se hallaban ausentes de la concepción administrativa que usted, a troche y moche primero, y con cierto refinamiento después, ha ido adquiriendo de su relación con los grandes empresarios. Sin embargo, sepa usted desde ahora que tener unas oficinas modernas, montadas con cierto gusto y con un buen nivel de funcionalidad no es suficiente si es que en verdad se propone agregar su nombre a la restringida lista dinástica de Monterrey. De sus oficinas se tendrá que hablar tan admirativamente como de su casa. Así que empiece por convertir sus antiguas oficinas en almacén o en lo que en su casa llamarían cuarto de triques y planee las nuevas con un criterio corporativo.

Para estas alturas usted ya estará familiarizado con lo que el término corporativo quiere decir. El mando centralizado de todas sus empresas requiere sus correspondientes unidades. Tendrá usted, además de sus oficinas corporativas, sus jets corporativos, sus gastos de representación corporativos, sus ceniceros corporativos, sus pistaches corporativos y sus secretarías muy muy corporativas.

Pero empiece por la arquitectura corporativa de sus oficinas. Con la ola nacionalista que se ha desatado y que usted —despuésito de los Meros Meros— ha combatido con

dinero, reuniones, desplegados y rumores, lo más seguro es que vuelva a ponerse en circulación la idea de pirámides, templos aztecas y murales abigarrados de héroes revolucionarios y sombreros de petate. Haga todo, menos aceptar que en sus oficinas se deje ver cualquier indicio de este nacionalismo ramplón.

Fíjese bien. Usted es un hombre de futuro. Una arquitectura futurista sería entonces la que mejor encajaría con su personalidad. Esta arquitectura tiene que reflejar también lo que usted quiere representar: la opulencia. Apueste que si Nabucodonosor hubiera podido, en lugar de jardines colgantes habría mandado construir sendos edificios que dieran la impresión de ser de oro y plata. Esto ni en los imperios donde los metales preciosos carecían de este adjetivo fue posible en la antigüedad. Ahora, con los nuevos materiales de construcción, ha dejado de ser un sueño.

Mándese hacer sus oficinas a base de vidrio flotado antirreflejante en dorado o plateado. El objetivo es que usted acapare por todos lados el paisaje y pueda dominarlo con la vista y con los reflejos del edificio, que lo hacen lucir como una gema gigantesca que se erige frente a los dientes antediluvianos de la Sierra Madre Oriental. Usted ve el paisaje, pero el paisaje no lo puede ver a usted. Ése es el concepto. La estructura, por otro lado, debe expresar solidez, la solidez que lo caracteriza a usted en cada uno de sus actos, por mínimos que sean (habla, decide y escupe con solidez). Nada de líneas ondulantes y dubitativas. Las aristas, el imperio del cubo y el volumen definitivo, eso es lo que debe buscar.

Pero si por fuera sus oficinas corporativas deben dar la idea de una moderna fortaleza inspirada en la eficiencia y el éxito rotundo, por dentro deberán ofrecer a su clientela y posibles socios todo un universo que conjugue sobriamente el lujo oriental de los emiratos petroárabes con los prodigios tecnológicos de la NASA.

Desde el momento en que se abra la puerta principal, el

mecanismo fotoeléctrico que la hace accionar automáticamente anunciará la existencia de una atmósfera cautivadora. Que el olor a almizcle y billetes nuevos de banco inunde de inmediato el olfato del visitante; que la música profesionalmente seleccionada se le prenda de los oídos; que la iluminación dirija su vista hacia los objetos que usted desea resaltar: el logotipo de su empresa; un fotomural, ya sea de la tuerca, el rollo de alambro n o el envase del producto distintivo de su corporación; una bella estatuilla neoclásica; una pintura de gran aliento o un fémur de brontosaurio que hablen de su buen gusto o de sus aficiones personalísimas.

El mobiliario y el quipo. Ambos deben formar parte de una unidad de diseño perfectamente armónica. Hoy es imposible manejar un grupo de empresas —como el suyo— sin todos los adelantos de la electrónica. La información es básica para tomar decisiones y ella debe tenerse a la mano. En su oficina, y en el menor espacio posible, usted debe tener concentrados todos los datos necesarios para hacer compras y ventas oportunas y ventajosas, para dirigir la producción y para moverse en el mercado de mercancía y capitales atinada y ágilmente. Es recomendable que desde su asiento, como el capitán de una nave espacial, maneje todos sus negocios. Sin embargo, el ambiente debe ser distinto del de una cabina de mando. Y aquí es donde todavía el viejo mundo de las mil y una noches sigue ejerciendo su influjo. Es el mundo de las sensaciones placenteras del que usted debe rodearse y rodear a todos aquellos que ponen un pie en la dirección corporativa de su empresa.

En realidad la dirección debe comprender una serie de espacios que tengan como área principal su privado. Éste alojará varios estrados para recibir al mismo tiempo a personas o grupos distintos. El propósito de esta distribución es el de que quienes lo entrevisten perciban la existencia de jerarquías establecidas, así como la presencia de un poder que va más allá de las relaciones comerciales y cuyo centro es usted.

El lujo deberá ser graduado. De menos a más. Quien se aproxime a su privado notará que las alfombras se hacen cada vez más mullidas, que la decoración se torna más rica y que las sorpresas causan a cada paso un mayor impacto. Por ejemplo, si la recepcionista de la planta baja debe quitar el habla, la recepcionista de la sala de espera debe dejar totalmente parálítico a quien la vea.

Ya desde la sala de espera se deben percibir la opulencia y el toque de eficacia a la James Bond: aromas de maderas preciosas, el mullido de los cojines rellenos de pluma de ganso, el servicio de café en plata y porcelana de *biscuit* con el logotipo de la corporación grabado en oro, el cristal cortado en diseño exclusivo de los confiteros, floreros y ceniceros, la elegancia del uniforme de la recepcionista —también de diseño exclusivo—, los candiles en bronce y cristal, los gobelinos bruseleses siglo XVIII, las modernas venecianas en aluminio transparente, la pantalla con *stills* a todo color sobre los aspectos más importantes de su empresa.

Instrucciones para el nuevo Aladino

Su privado debe estar dominado por la gran mesa de trabajo que es su escritorio y por su sillón, que hace las veces de trono y asiento de astronauta. Desde este lugar usted podrá manejar, sin esfuerzo alguno, al moderno genio para el cual no hay deseo que no se transforme en orden cumplida. Si usted repara con cuidado, se dará cuenta de que hay un toque de hedonismo en la nueva organización empresarial y en la nueva tecnología digital que la acompaña: el mundo de la corporación no se explica sin el mundo digital. No podrá negar, al hacer uso de todos sus aparatos, que en su manipulación experimenta agradables sensaciones físicas. De aquí que sea tan importante su contacto con la superficie de su mesa de trabajo. Como en los cuentos de hadas (que ahora en la realidad empiezan a

quedarse cortos frente a esa especie de magia que el fabuloso Aladino envidiaría), con una frotadita es suficiente para mover el mundo.

En diferentes puntos bajo su mesa se hallan colocados aparatos electrónicos que usted manipula con leves digitaciones sobre su superficie. A su tacto, en una pantalla ahumada, aparecerá la información que usted necesita: los datos de su corporación contenidos en el banco que almacena la computadora central, las cifras al día de la bolsa mundial de valores, los resultados de su calculadora, las claves de su archivo secreto en *microfilm* conectado a la pantalla estereofónica de televisión. Esa superficie *mágica* le permitirá tener a su alcance, además, los controles del dictáfono, del teléfono rojo y del otro teléfono sin auricular y cuya bocina se halla dotada de memoria, de los monitores de circuito cerrado, de sus grabadoras (las expuestas y las ocultas), de su estéreo, de los reguladores acústicos y luminosos, de las cortinas de sus ventanales, de su *Voice expressor*, de enlazadores y dispositivos (*bugs*) para detectar —y en su caso neutralizar— la existencia de mecanismos de espionaje y agresión. De igual manera, allí estarán instalados los botones de señales para llamar a su secretaria, a los jefes del *staff* ejecutivo, al personal de *security* y a su *valet* encargado de allegarle sus cigarrillos, sus mentas y su *Playboy*.

Usted sabrá contrastar todo este despliegue de modernidad tecnológica y eficiencia con los motivos personales y familiares que den a los demás esa dimensión humana que jamás debe perder la decoración de los lugares identificados con su personalidad. A su juego de finas plumas de oro macizo de Christian Dior y su agenda de piel de ofidio superexótico con sus iniciales grabadas en el mismo metal, se agregarán los marcos —de gran simplicidad— de las fotografías de su mujer y sus hijos. La idea de la familia le proporcionará respetabilidad frente a empleados, clientes y socios. En un lugar discreto, pero lo suficientemente visible, además, deberá colocar un objeto, ya sea un bártulo

deportivo (de lo cual se abstendrá, claro, si su deporte favorito es el ciclismo o el levantamiento de pesas) o un trofeo que exprese su afición favorita. No deberá faltar, tampoco, la presencia de un objeto fabricado con un sentido artesanal de los producidos en su empresa madre.

Un área sin duda importante de sus oficinas es la sala de consejo. En esta sala habrán de combinarse sabiamente la sobriedad y la elegancia con la funcionalidad y el confort. Busque ante todo dos cosas: una mesa de vastas proporciones y en talla de madera que haga de su chapa un verdadero espejo de tan tersa y bien acabada, y unos sillones giratorios, los más cómodos sobre la tierra. Recuerde que después de una hora de estar sentado lo que el cuerpo más agradece es un muelle asiento, y que por esta razón a los hombres se les convence más por sus posaderas que por la cabeza.

Si en su casa el óleo de su esposa es el que preside la decoración hogareña, en sus oficinas, aunque poco o nada haya tenido que ver en el inicio de sus empresas, es el óleo de su padre el que realiza esta función. El respeto se gana con la estirpe. La generación espontánea no ha sido nunca buena carta de recomendación. Y así como usted, su empresa también tuvo que tener sus orígenes: aquel tallercito o fabriquita donde todo empezó. Sus trabajadores tan serviciales, su vieja maquinaria, la escena de la inauguración bendecida por el padrecito. Todos estos aspectos pueden constituir interesantes motivos para ser expuestos en fotomurales que decoren las paredes de la sala de consejo. Ésta debe estar equipada con pantallas para exponer diapositivas, *films*, láminas con retroproyector, filminas, etcétera, así como con todo equipo de micrófonos y otros aparatos para proporcionar o recibir la información requerida en condiciones óptimas de persuasión y claridad.

Será indispensable, además, que usted disponga de una sala de proyecciones dotada con los últimos adelantos de la *multimedia*. Estos adelantos sirven, sobre todo, para hacer pasar, en las asambleas de accionistas, los números

rojos —hoy tan en boga— por números negros glorificados con luces intermitentes, aroma de sándalo y música de rock.

Por sabido usted tiene que lo más agradable de una sesión de trabajo son los recesos. Su oficina deberá estar equipada hasta con los menores detalles a fin de hacerlos amenos y deseables.

Allí estará, como sacado del rincón de un gran hotel, su bar especialmente diseñado en el estilo de los viejos *pubs* victorianos. Esa actitud de veneración que hemos tomado de la cultura europea hacia el vino usted debe llevarla a sus máximas consecuencias. La presencia de Su Santidad el Vino será anunciada por usted refiriéndose a las botellas selectas que tiene preparadas especialmente para tal o cual reunión en ese santuario que es su cava, y al cual sólo tienen acceso, como si se tratara del sagrario o de la bóveda de un banco, usted mismo y sus *sommelier*. Vinos debidamente reposados y a la temperatura ideal serán traídos y escanciados por personal con un alto grado de calificación en el servicio de mesa.

Naturalmente estos vinos han sido embotellados y etiquetados en forma exclusiva para su cava, y de su calidad y finura informará a usted y sus invitados el *dégustateur* corporativo de su compañía. El ritual le dará a su pausa un carácter de relajamiento espiritual y euforia a la vez. Quienes en él participen tendrán que ver en usted a su oficiante mayor.

Para los fines de control y liderazgo indiscutibles que usted se propone alcanzar este tipo de ambiente le será sumamente útil. Tendrá que procurárselo.

Para conseguir el efecto más logrado en la combinación de eficiencia rigurosa y calidez de trato, anexo a su área de trabajo se hallará un comedor lujosamente montado, si bien de pequeñas dimensiones. Aquí usted se permitirá desplegar su ya famosa anfitrionía con aquellos personajes que, en *petit comité*, serán invitados por usted como un gesto magnánimo para sellar decisiones de la mayor importancia. Su experimentado *chef* europeo, trabajando en

equipo con su dietista, les servirá a usted y a sus invitados esas ambrosías sólo experimentadas en restaurantes listados con cinco estrellas y cinco tenedores en la *Guide Michelin*.

Toda la creatividad y los imperativos actuales de la esbeltez, característicos de la *nouvelle cuisine*, estarán presentes en las codornices adobadas, con un *mousse foie-gras* y horneadas a la sidra; en las delicadas chuletas de carnero marinadas con estragón y crema, y en las *aiguillettes de boeuf burgeois* (pequeños medallones de asado con verdura y hierba de olor en vino tinto); en el aristocrático *teriyaki* (casi siempre usted tendrá que traducir: selecta carne de reses engordadas en pesebres con cerveza y masajeadas especialmente según las costumbres de la casa); en los magníficos *soufflés*, los sorbetes y las frutas exóticas (desde los mangos de Manila y los sonrosados nísperos de Beirut hasta las guanábanas de las Islas Marías y los duraznos blancos de Africa del Sur) servidas en fuentes de plata congeladas.

Si no logra hacer negocios ventajosos cortejando el paladar de sus prospectos, por lo menos se ganará la fama que algún día, incluso si se va a la ruina, de mucho le servirá aunque no sea en su país.

Caballero de fina estampa (y con dinero)

Imagínese a un individuo al que notablemente se le cae el pelo y cada cabello perdido va a parar a los hombros del saco; rechoncho o encogido sobre sí mismo, o dando a cada paso la sensación de que lo que necesita no es un bastón cualquiera, sino de plano una silla de ruedas; carrasposo o constipado y con múltiples achaques y entorpecimientos físicos. Bien, este individuo no sería jamás el espejo en que usted querría verse. Una empresa corporativa requiere al frente de ella individuos aptos en todos sentidos. Aquí

está nuevamente en juego el problema de la imagen. En nuestros días los capitanes de empresas se espera que sean dinámicos, ágiles, física y mentalmente, apuestos, agresivos y carismáticos para los hombres, y sumamente *charming* para la mujeres. Con esta convicción usted se ha ido moldeando sistemáticamente. Ha tomado todos los cursos imaginables a fin de agudizar su percepción, su capacidad de análisis y síntesis, su destreza para dictar con autoridad cualquier cosa, así se trate de un recado para su mujer, su precisión al tomar decisiones y al convertir éstas en órdenes. Asimismo, usted está al día respecto de todo aquello que signifique *physical fitness*: dietas, *aerobics*, biorritmia, yoga (sin filosofía), calistenia. También se ha sabido asesorar por expertos —que al principio no eran sino amigos más viajados que usted— en el arte del buen vestir, modales, pulcritud y todo aquello que puede definirse con el término de apariencia personal; es decir, todo lo que un joven *punk* consideraría desdeñable.

Con el tiempo usted ha tenido que ir suprimiendo movimientos que normalmente quitan tiempo y categoría. La peluquería, la sastrería, la revistería, la librería, el aula, el quitakilos, los baños de vapor y el gimnasio son lugares que usted ya no visita más. Los servicios que allí se prestan los ha trasladado directamente a sus oficinas. De ahí que ellas deban contar con una serie de estancias adecuadas para recibir al peluquero, a la manicurista, al pedicurista, al sastre, al masajista, al dietista, a los instructores de yoga y gimnasia. A propósito de esto último, si algo debe caracterizar a sus oficinas es un bien montado y espectacular gimnasio, con su cuarto de máquinas y sus baños de vapor, sauna y *whirlpools* (modernas versiones del *balsamium*). Y claro, una magnífica alberca y quizás una bien acondicionada cancha de squash.

Ejercicio, comida y reposo son tres aspectos de su vida que usted debe considerar como un triángulo indivisible para mantenerse en forma.

Descuidarlos, o simplemente descuidar uno de ellos,

sería el peor favor que usted pudiera hacerle a su corporación. Así pues, el gimnasio deberá complementarse con la cocina, y ambos con los instrumentos y métodos de reposo: reposet con vibrador, tabla para reposar, lámparas de rayos ultrarrojos, masajes profesionales, relajamiento mental.

Pero no siempre el ejercicio, la dieta y el reposo, por más sabiamente que se combinen, dan como resultado a ese James Bond de los negocios que usted ha querido ser. Tal vez la calvicie ya se haya apoderado de su pobre cráneo. O que alguna válvula, tubito, nervio o hueso ya le falle. O que su cutis de tan arrugado le haga verse como mapa viejo. O que — ¡oh, desgracia! — los gestos de agradecimiento que usted solía producir en su mujer o en otras mujeres se hayan empezado a tornar, desde hace tiempo, en muecas de insatisfacción o de enfado. El remedio para este tipo de insuficiencias ya no podrá encontrarlo en prácticas metódicas, medicamentos ordinarios o fórmulas prodigiosas (polvos de la Madre Matiana, curas psicodélicas a la mexicana bajo la supervisión de María Sabina, baños en Lourdes o chapuzones en el lodazal que dejó instalado en Espinazo, Nuevo León, el niño Fidencio; Bogomolex, Gerovital, ginseng). Tendrá que recurrir, si es que quiere que algún día su gimnasio le sirva para algo, a las modernas técnicas regeneradoras y rejuvenecedoras que podrán hacer de usted el anhelado *homo longaevus*. Si alguno de sus órganos vitales no tiene remedio tendrá que buscarse una muy bella amiga para presentársela al doctor Christian Barnard, y así poder convencerlo de que le haga uno de sus maravillosos trasplantes. Desde luego hay ciertos órganos que definitivamente no pueden trasplantarse y funcionar de otra manera que no sea decorativa. Pero no se acongoje, la biónica (y no me refiero, claro, a esa mujer aburrída que sólo se la pasa dando saltos y doblando fierros) ya empieza a obtener maravillosos resultados. Esta tecnología ha permitido crear un dispositivo hecho de goma elástica de silicones que se injerta quirúrgicamente en el órgano caído en

desgracia. Está dotado de una bombita de fácil manejo que con sólo oprimirla —y vuelta a lo digital— hace funcionar su antiguo orgullo hasta levantarle el ánimo por completo. Por experiencia usted sabe que una exitosa virilidad trae aparejada una mejor disposición para hacer buenos negocios. Sus millones le permitirán atenderse en los famosos centros rejuvenecedores de Estados Unidos y de Europa.

Si no tiene otra alternativa, gracias a la biónica podrá convertirse en la versión mexicana de *El hombre de seis millones de dólares*.

Qué más da. Pero esperemos que sus carencias o mutilaciones físicas no lleguen a tanto y que su gran catástrofe se reduzca a la caída de pelo. Consuélese. Los bisoños han pasado a la historia. Con los actuales injertos usted podrá lucir, si ése es su gusto, copiosa melena de rocanrolero.

El dinero, como puede ver, no sólo llama al dinero, sino también a la eterna juventud, esa condición de la que antes únicamente gozaban los dioses. En sus oficinas, en su casa y en todo lugar usted, precisamente, tendrá que actuar como un dios. Y para lograrlo debe aparecerse como tal: mágica e inesperadamente. Todo es cuestión de saber utilizar con gran táctica los vehículos de que dispone. Si logra dar la idea de que al trasladarse de un lado para otro usted no pisa el suelo de los mortales, congratúlese: ya ha empezado a reinar desde el Olimpo. Que nadie lo vea caminar o transitar por la calle, subir o bajar por el elevador —menos por las escaleras— ni entrar y salir por las puertas por donde todo mundo entra y sale. En los trayectos por tierra sírvase siempre de vehículos —su auto o su *van*— con vidrios ahumados, y en los trayectos por aire, de su jet o su helicóptero privados. Mande construir, eso sí, garages o hangares sustraídos a la vista de los demás; válgase también de un elevador particular para llegar a sus oficinas, así como de accesos disimulados y pasadizos por todas partes. Camuflee su helipuerto estratégicamente localizado en lo alto de sus oficinas. Y algo que debe tener siempre en mente: nunca emplee el mismo trayecto.

Intente aparecer y desaparecer cuando menos lo esperen. No tema pasar desapercibido mientras esté en la mente de todos los que tienen que ver con sus empresas y con su influencia política.

Como un Howard Hughes mexicano, desarrolle el arte de estar y no estar.

Las reglas de la inversión

Invertir. Es ésta la acción cumbre de su vida. Tiene por ello que poner todos sus sentidos en cada nuevo negocio que se le presente. Veá, huela, palpe, escuche y, si puede, saboree sus inversiones. Hay ciertas reglas que usted debe observar, si quiere llegar a ser uno de los capitanes de la industria regiomontana y, en consecuencia, un aspirante de fuste al Gran Círculo Interno de la Élite.

La primera regla consiste en evitar negocios que no conduzcan un día con otro a la creación de una industria.

La segunda regla estriba en que el capital que le haya resultado de sus operaciones agropecuarias, comerciales o industriales lo invierta, a como dé lugar, en una industria básica.

La tercera regla establece la necesidad de integrar su industria hasta formar una cadena de fábricas que produzcan todo aquello que requiere la industria.

La cuarta regla señala la formación de compañías de seguros y casas de bolsa para captar los fondos que hagan posible el crecimiento de todas sus empresas. Los norteamericanos, con lo sencillos que son, lo dicen de otra manera: "Hay que hacer negocios, pero siempre con el dinero de los demás." ¿Qué esto no se puede en México? Claro que se puede. Todo es cosa de empezar.

La quinta regla indica la creación de una segunda cadena de explotaciones a efecto de que las mismas se orienten a proporcionar la materia prima requerida por la industria matriz.

La sexta regla se refiere a la necesidad de crear establecimientos comerciales para la venta de los artículos producidos por la industria matriz.

La séptima regla previene sobre la apertura de otras industrias y empresas no vinculadas al grupo formado en torno a la industria matriz. Esto significa ni más ni menos que pensar en la diversificación. Operar de esta manera permite apoyarse en unas empresas para mantener otras, según los rumbos que vaya tomando la economía.

Tierra y . . . Utilidad

Ya que usted ha pasado de la época de la ouija a la de las computadoras, no deje de dar a éstas el uso adecuado para que lo guíen en la explotación, ramo o monto de sus inversiones.

Es muy importante que en su computadora almacene usted la mayor información posible sobre las zonas en que la propiedad raíz tiende a subir de precio por múltiples factores. Sus relaciones con las altas empresas gubernamentales le serán en este caso de una gran utilidad. Comprar y vender terrenos, fraccionarlos, semifraccionarlos, permutarlos a través del gobierno por concesiones o favores especiales le permitirá a usted especular con ese tipo de bienes y obtener pingües ganancias.

En esta actividad se puede encontrar, como es de pensarse, con algunos obstáculos que usted desde luego sabrá vencer hábilmente. A menudo se topará con esa enfadosa redacción del artículo 27 constitucional que convierte a la nación en quisquillosa superpropietaria de tierras, bosques, aguas, subsuelo y hasta corrientes de aire que se atreven a cruzar el espacio territorial. Pero una cosa son las leyes escritas en el papel y otra muy distinta el cumplir lo que en ellas se manda. Buenos ejemplos tiene usted allá por el rumbo de Chipinque (su rumbo) de lo bien que se puede aprovechar esta generosa contradicción para hacer de te-

rrenos y hasta parques nacionales dominio privado.

También puede ocurrirle tener en mente un proyecto ambicioso al que sólo le falta, para llevarlo a cabo, hacerse de unas tierras ejidales, las que para colmo defienden, como si fuera su vida misma, un puñado de desharrapados campesinos. Hay varias fórmulas para superar semejante impedimento. Todas ellas, desde luego, se basan en un conocido lubricante para hacer funcionar los engranajes más recios: el efectivo. Teniéndolo ya sólo falta aprender a distribuirlo estratégicamente y mediante los sutiles conductos establecidos. A los ejidatarios se les puede convencer de dos maneras: comprando a sus líderes para que cedan sus tierras en aparente propiedad gracias a las artes de los prósperos abogados locales, que no faltan, y a una escritura apócrifa que alguno de ellos sabrá elaborar, o bien a fuerza de macanazos propinados por policías oficiales o paraoficiales, lo mismo da.

Puede resultar, por el contrario, que un buen día los habitantes del ejido que usted se ha encargado de hermostrar con imaginación y esfuerzo vuelvan a posesionarse de sus tierras alegando ingenuamente que les pertenecen. Y como en este país los ataques a los intereses que sostienen la economía nacional no cesan, igualmente se puede enterar un día de que alguno de sus codiciados predios ha sido invadido por una chusma de ilegales encabezados por agitadores de Tierra y Libertad. En ambos casos tendrá que poner en juego las tácticas de desalojo más inexorables: la policía, tal vez, pero más bien el ejército precedido de la división Caterpillar con todas sus máquinas habidas y por haber. Que le salga bien su *blitzkrieg* o albazo y ya después que hagan lo que quieran. Llame otra vez a sus astutos abogados. En el terreno del pleito legal usted siempre saldrá ganando. Ellos, los mejores de la ciudad (y esto que no se le escape), tienen que desquitar sus igualas pagadas estratégicamente por su empresa.

Pero tener terrenos y no explotarlos en todos sus aspectos es perder oportunidades. Vea la forma de establecer

una constructora. Hágase de una pedrera y de una fábrica de tabiques y otra de cemento. Forme su flotilla de camiones. Incorpórese a la Cámara de Propietarios de Bienes Raíces de Nuevo León y firme contratos para realizar obras públicas con el gobierno del Estado. El día menos pensado su compañía constructora será llamada para participar en la construcción de la Muralla China regiomontana u otra obra de tipo macro. Entre tanto les construirá viviendas a sus trabajadores y hará con ello negocio, al paso que mercedamente se gana la imagen de empresario humanista. Mata así dos pájaros de una sola pedrada.

Agroindustria y señorío

En la misma línea de los bienes raíces, si bien con otra modalidad, láncese a invertir en una agroindustria que en el futuro pueda servirle para alimentar alguna empacadora o industria similar. De paso se permitirá usted rescatar la tradición de los grandes hacendados, que en su familia nunca existieron; su ingenio, empero, se ha empeñado en endilgarle a un tío suyo la posesión de una o varias de las grandes haciendas coloniales. Al igual que en su casa, el casco lucirá todo aquello que pueda producirle abolengo, aunque sea prefabricado: sus iniciales en el portón de la vieja casona, en las cantinas de sus sillas de montar, en el fierro que ostentan sus caballos charros de un cuarto de milla y sus vacas Holstein y sus becerros Charolais; su bóveda catalana y sus vigas añejas, sus maderas labradas, sus estufas de leña, sus mosaicos de Talavera, sus tiestos de geranios, sus fuentes de cantera, sus aves canoras, sus enredaderas, su colección de óleos de charros del siglo XVIII; su capilla familiar, donde el santo patrono del lugar recibe preces, concede y niega, perdona y castiga; su lienzo charro, en el que hará sonar sus espuelas y se pavoneará enfundado en sus chaparreras de cuero.

Caiga en blandido en sus empresas-colchón

Si usted ya logró integrar su industria matriz, salte ahora a invertir en empresas-colchón. La del vestido es una. Monte una fábrica de medias para mujer. Mientras haya mujeres con piernas, así sean flacas como las de Twiggy o jamonas como las de la gorda del circo, su industria siempre tendrá mercado, aun en tiempos de crisis.

Abra una cadena de tiendas de departamentos. Aproveche en este sentido el hundimiento de nuestra moneda, que ya sólo a gentes como usted le permitirán hacer su *shopping* extrafronteras. La alimenticia es otra. Aquí tiene que ser muy creativo. Parta de las tendencias y gustos culturales de su posible mercado. La idea de industrializar un nuevo producto, como el pan-tamal, o la de comercializar en cadena el taco-burguer* respondería adecuadamente al actual gusto por las combinaciones, al maridaje con la cultura norteamericana y al carácter ambidextro que van tomando nuestras costumbres. La de los cosméticos, una más. Los aromas están a la orden del día. Inicie una industria de esencias y perfumes, a los que su publicidad podrá llamar con todo éxito *perjúmenes*. Recuerde la historia aquella de los dos amigos que se dedicaron a la fabricación de perfumes. Uno fabricaba perfumes para mujer con olor a frutas y el otro fabricaba perfumes para frutas con olor a mujer. Sobra decir a cuál de los dos le fue de maravilla. Aproveche la moraleja y trate de buscarle por ese lado. Su industria aromática sólo podría sufrir bajas en sus ventas cuando desaparecieran las mujeres de la faz de la tierra.

También la industria cultural puede reeditarle. Invierta en un sistema de televisión que se mueva sobre ciertos pivotes fundamentales: una programación que incluya un 150 por ciento de telenovelas; un 98 por ciento de eventos deportivos, del cual la mitad estará dedicado a la repeti-

* Pronúnciese tacou-berguer

ción de jugadas y la otra mitad a pasar en diversas velocidades y desde diferentes ángulos la entrada de goles; un 97,9 por ciento de variedades divididas en tres categorías: folklóricas, de negros y güeros norteamericanos y de niños manipulados para ser estrellas prematuras; un 80 por ciento de pronósticos sobre el tiempo; un 8 por ciento de noticias debidamente maquilladas por algún experto en comunicación para marionetas; un 0,1 por ciento de programas culturales (conferencias, análisis políticos, mesas redondas, cine de arte, conciertos, ballet, documentales, etcétera) transmitidos en horarios para desvelados, es decir de 1:00 a.m. a 5:00 a.m.; un 97 por ciento de caricaturas con personajes policiacos y *shows* de payasos retardados; un 800 por ciento de series norteamericanas y un 1 500 por ciento de comerciales.

Venda su imagen y semejanza

Abra una cadena de periódicos que empiece al menos con dos eslabones: uno en Monterrey y el otro en el Distrito Federal. Desde sus páginas dirija la información a crear un ambiente favorable a la prosperidad de sus empresas, al funcionamiento de un régimen político que les asegure el máximo de ganancias y a las ideas que se identifiquen con ambas cosas. Que sus noticias estén redactadas con la misma receta de los huevos tibios: no más de tres minutos de lectura, y que su línea editorial sea intransigente: nada de pluralismo, que sólo inquieta y confunde, ni de derecho a la réplica. "Por aquí se van" podría ser un lema adecuado para sus diarios. Complemente la influencia vital de estos negocios formando una cadena de radiodifusoras, cada una con su programación especializada: para el público campesino de las áreas rurales y para el de los trabajadores de la ciudad que no han sabido descampesinizarse, una radiodifusora dedicada a atiborrarle los oídos con rancheras (Estéreo-Rancho); para los obreros, mecánicos, vende-

dores ambulantes y otros ciudadanos de similar oficio reacios a aceptar el *rock'n roll* como expresión musical propia, una segunda dedicada a los boleros románticos, cumbias y otros aires tropicales (Radio-Rigo); para la juventud clasemediera y los *juniors* de la jai-sos, una radio-difusora más manejada por extraterrestres con problemas mentales habilitados de *disc-jockers* que complazcan a este público con frases mal pronunciadas en inglés y la música de rock más movida (Money-Rey-Music). Salpique su programación radiofónica con noticieros confitados, transmisiones de encuentros deportivos y comentarios mojigatos con intención de chiste; y, por supuesto, entre programa y programa y melodía y melodía meta cientos de comerciales cuya tónica sea la del ahorro, el regalo, el remate y la mexicana algarabía a través del consumo compulsivo.

Algunos amargados hablan de la crisis del cine mexicano. Para los espíritus emprendedores y prácticos como usted las únicas crisis que existen son las crisis de conciencia (precisamente las de los amargados). Lo que ha habido son fracasos de quienes creen que el cine es para matarse pensando o para difundir ideas que además de aburridas resultan contrarias a nuestra idiosincrasia. Claro, usted no invertiría en una película de charros o de ficheras, y tampoco en una de buen humor a lo Capulina. Pero el cine es buen negocio sabiéndole sacar partido. De ninguna manera es difícil hacer una película exitosa y vender sus productos al mismo tiempo. Como usted sabe, el sexo es la clave, y su dosificación, pues no va a sacrificar su ascenso hacia la Noble Estirpe produciendo una película que atente contra el recato genital. Le bastará con un ejemplo:

a) Digamos que usted ensambla tractores oruga. Su historia naturalmente la ubicará en el mundo de las obras públicas (construcción y demoliciones). La estrella del *film* será una arrebatadora y curvilínea Miss Universo que se haya pronunciado por elevar la virginidad a cotizado patrimonio biológico de la mujer contemporánea. Ella está enamorada de uno de los ingenieros que trabajan en la

remodelación (a la Brasilia) de una gran urbe industrial totalmente idéntica a Monterrey. Lo visita con frecuencia, pues adora verlo dirigir los movimientos de los tractores oruga. Aquí es donde la cámara aprovecha para lamer materialmente la anatomía de la joven estrella en cada uno de sus movimientos aparentemente descuidados y establece una relación entre sus formas y las diferentes partes del tractor. En algún momento la actriz instantáneamente lanzada a la fama se recostará lánguidamente sobre unos sacos de cemento que ostentan la marca de la fábrica propiedad de usted y que ha hecho participar desinteresadamente en la cinta de marras. De manera simultánea, alguno de los tractores iniciará una serie de movimientos un tanto bruscos de arranque y reversa. La cámara captará en toda su fuerza la sólida construcción del tractor, la facilidad de sus mandos para manipularlo y el logotipo de su marca. Algunas sobreposiciones harán más interesante la escena: tractor y Miss Universo se disputarán la pantalla.

b) El drama empieza cuando hace su aparición el hijo del constructor en un Porsche último modelo con placas de Texas. Pronto se las arregla para convencer a la Miss Universo de que sus teorías sobre la virginidad pueden ser fácilmente barridas por un par de visitas a un joyero israelita experto en carates.

c) La congoja hace presa del ingeniero burócrata, que no acierta a resolver el problema del súbito cambio en su amada: si echándole encima su tractor oruga al veloz pero frágil Porsche o aceptando un ascenso —y con ello cierto olvido— que le ha sido ofrecido de trasmano. En su comprensible distraimiento no advierte las maniobras de una grúa y de pronto se ve atrapado por los dientes gigantescos de su cuchara. Sus gritos desafortunados son escuchados por su antigua novia, que casualmente pasaba por el lugar ahora que había descubierto un par de pequeños detalles: uno, que está embarazada, y, el segundo, que el joyero israelita es un incumplido en materia de anillos de matrimonio. En el angustioso accidente ve la gran oportunidad de volver a

los valores tradicionales y ella misma se las ingenia, pese a su condición, para trepar hasta la cabina de mando donde el operario aún no se daba cuenta de lo que estaba sucediendo. En resumidas cuentas, ella salva a su exnovio, que asume sin chistar el imperativo de la paternidad responsable, la toma en sus brazos y sube con ella hasta un tractor oruga, desde donde anuncia a todos sus compañeros que ha preferido casarse a morir asfixiado en las fauces de aquel moderno dinosaurio que por descuido lo atrapó. Todos celebran la decisión y realizan una marcha triunfal en fila india subidos en los potentes tractores oruga que usted ensambla en su fábrica. Como se trata de una coproducción, al final aparecerán, en inglés —ni modo— las palabras *The End*.

Con el ocio se hace negocio

Su modelo de expansión diversificada le indicará que uno de los renglones que se pueden explotar en un país de desarrollo intermedio es el tiempo libre. Recuerde el novedoso proverbio: “Con el ocio se hace negocio”. Piense en una actividad de recreación que ya esté en la mente de su posible clientela. No es difícil responder a esta expectativa. Usted mismo, a través de su programación televisiva, se la ha ido alimentando día a día, hora a hora, minuto a minuto. Lo que más se ve, si no se tiene, es lo que más se desea.

El mundo entre fantástico y real de la ciencia-ficción ha ido cobrando dimensión nacional en la mente de cada mexicano hipnotizado por la tele. Personajes fantásticos dotados de superpoderes, naves ultrasónicas, mundos intergalácticos, armas protonucleares, guerras cósmicas. He aquí una idea que atraerá masivamente a niños, jóvenes, adultos, tecnócratas y políticos.

Su nueva empresa recreativa volvería para siempre anacrónicos el circo, la feria y el zoológico.

Instale, por ejemplo, una estación interespacial, es decir -ya lo anunciará así su publicidad-, una especie de ciudad en la cual la primera impresión del público deberá ser, precisamente, la de estar en un lugar alejado de la tierra. Ni más ni menos la idea de la evasión que tanto se empeñan en explotar los gobiernos de países en crisis.

En su estación espacial no habrá problemas políticos, ni laborales, ni maritales, de tráfico, contaminación, salud, drogadicción y, mucho menos, problemas de inflación y carestía. Mediante un plan de acciones renovables anualmente, los *habitantes* de su estación espacial podrán disfrutar del mundo feliz que ella ofrece, ya sea quince, treinta o cincuenta veces durante el año.

Combinando inteligentemente ambientación, personajes, *shows*, comida, bebida y *souvenirs* con emociones y transportes originales, usted podrá obtener el efecto que se propone: hacer dinero, causar olvido y proporcionar una fórmula sana y aérea a los hábitos de consumo de una vasta población. De paso, quede usted seguro que no hará tan mal papel junto a Walt Disney. Al menos localmente.

¡Todo por la camiseta!

El dinero todo lo puede. Usted ha creído firmemente en esta verdad de a kilo. Pero más vale que desde ahora le conceda cierta relatividad. Hay algunas cosas que el dinero no puede obtener. En Monterrey, una de ellas -ya lo sabe- es el acceso automático al Gran Círculo Interno de la Élite. El afán suyo de pertenecer a él por la vía de los negocios puede confundirlo y dar al traste con sus metas. Que su audacia por ello no desplace a su cautela. Audacia más cautela, he aquí la gran fórmula que debe regir sus acciones.

Claro, usted tiene un pasado. No es lo mismo haber aprendido a esquiar a los tres años, saltar a caballo a los cinco y volar a los diez que jugar partidos llaneros en su ni-

ñez, como usted lo hizo. Sin embargo, se divirtió mucho, y quizá llegó a apasionarse con alguno de los juegos de pelota que convirtió en su deporte favorito. Digamos que este deporte fue el fútbol soccer. Y lógicamente lo sigue siendo, aunque de diferente manera. Cuando niño usted quiso emular a Horacio Casarín o a “El Pirata” Fuentes; es más, anheló ser ellos mismos: jugar de centro delantero, burlar a los defensas, disparar goles y más goles prodigiosos, y convertirse en el héroe del estadio y de las multitudes. Desgraciadamente no tuvo la forma de ingresar a un equipo formal de fútbol. Su falta de tenacidad en los entrenamientos no lo llevó muy lejos o, simplemente, la oportunidad que usted buscaba no se le presentó. El caso es que sus sueños de campeón no se cumplieron. Pero eso no le quitó la afición. Vibró, se entusiasmó y se sintió estremecer con cada triunfo y con cada derrota de su equipo, al que siempre le apostó. ¡Todo por la camiseta! Así, usted ha seguido la trayectoria de equipos, jugadores, entrenadores, partidos y mundiales de fútbol. A decir verdad, la primera vez que usted se sintió auténticamente mexicano fue cuando escuchó de la garganta popular aquel grito asociado al fútbol y al país sede del mundial: “Mexi-có, Mexi-có”. Arrebatador y sublime a la vez. Cada vez que lo evoca no puede evitar que se le enchine la piel.

Inconscientemente, a través de la lectura de diarios y páginas de deportes, después de largas horas aleladas frente a la televisión y de encarnizadas discusiones con sus amigos, su sabiduría futbolística brotó. Casi fue natural que en alguna ocasión usted se sorprendiera a sí mismo reflexionando gravemente sobre el significado del fútbol en la vida de los hombres. Y empezó a hablar de este deporte en tono solemne. Tal vez fuese usted, sin proponérselo, un filósofo nato. El filósofo de la cancha. Se inquietó y hasta se dio maña, invitado casi por usted mismo, para disertar en el Club Industrial acerca de las implicaciones antropoprácticas del fútbol en la mecánica del triunfo. La vida es destreza, y la destreza tiene por objeto conseguir un resultado (y

no su ejercitación en sí, como lo suponen los filósofos ingenuos del deporte). Este resultado es el triunfo. O sea: el fútbol tiene el mismo fin que la vida, y ambos coinciden con el objetivo último de la actividad humana por excelencia, que es la empresa: ganar, ganar siempre. Usted recuerda con profunda satisfacción el tratamiento relevante que a su cátedra dieron los periódicos y las cadenas televisora y radial de su propiedad.

Con tales antecedentes, usted está preparado para lanzarse a otra empresa más. Hablar de fútbol resulta interesante, pero más lo es ganar dinero con él. No lo piense demasiado: cómprese un equipo profesional. Ahora podrá tener usted sus jugadores propios, que le pertenecerán con todo y camiseta y tacos. Sensacional. Venderá unos y comprará otros. Imagínese: como un gran amo esclavista casi a finales del siglo XX. Pero, cuidado, no intente desbocarse. Por más que se halle identificado con su propio equipo y con sus peripecias guárdese de toda publicidad. Es más, asóciase a un amante del fútbol, como usted, para que aparezca como dueño del equipo. No puede ser, desde luego, un don nadie. Al contrario, debe tener un gran cartel en el mundo de la política, de los negocios o de la academia. Un entusiasta rector de alguna universidad sería perfecto. Su identificación con el deporte sano que se supone forma parte de la vida universitaria le proporcionará un halo carismático que usted sabrá explotar magníficamente. No dude que pronto su rector, convertido en dueño de paja del equipo que quiere lanzar al campeonato indiscutible del *sóccer* mexicano, será invitado, como la televisada dueña de los Carneros de los Ángeles, Georgie Frontiere, para anunciar uno de los productos de sus compañías con mayor arraigo en el público nacional. Por ejemplo, el consumidísimo taco-burguer. El rector y *dueño* de su equipo aparecerá en la pantalla grande, en la pantalla chica, en su cadena periodística y en los lugares más visibles de la ciudad rodeado de los integrantes más apuestos del equipo, abrazando con una mano un balón de *sóccer* y sosteniendo

con la otra el taco-burger a medio morder. Su imagen podría estar acompañada de alguna frase sugestiva: "Las dos cosas que más amo en la vida, aparte de la Universidad". Sería un éxito en todos los sentidos. Universitarios, fanáticos del fútbol, glotones y hambrientos estarían al lado de usted y de sus empresas.

Para tener éxito en los negocios se requiere hoy en día darle cariz filantrópico o cultural al quehacer empresarial. Su corporación le resultará simpática a todo mundo, no sólo porque proporcione múltiples empleos y porque dé margen al fisco -aunque no sea mucho- y a los burócratas chicos y grandes -en cantidades más que regulares- de obtener mayores ingresos, sino también porque de las empresas que la integran provengan fondos para sostener un orfanatorio o un seminario, un puesto de socorros, una capilla, programas de becas, misiones y rehabilitación, etcétera.

Ya desde antes de pensar en adquirir un equipo de fútbol profesional, de sus empresas salían fondos para mantener equipos deportivos de *amateurs*. Usted advirtió que apenas empezó a donar dinero para estos fines, los conflictos laborales disminuyeron muy considerablemente dentro de sus empresas, y fuera de ellas se produjo una corriente de opinión favorable al patrocinador de tan loables acciones. Entre los Meros Meros toda esta actividad filantrópica desplegada por usted se empezó a ver con buenos ojos y esto pudo comprobarlo con la ampliación de sus relaciones y la facilidad con que se le fueron franqueando ciertas puertas del primer nivel. Bien, ahora debe pasar a una etapa superior de patrocinio, a fin de que se produzca el anhelado Ábrete Sésamo de las Grandes Familias, por el que tanto se ha afanado. Esta etapa es la del arte y la cultura.

La onda cultural

Tenga en cuenta que en nada hay más competencia que en las manifestaciones artísticas y culturales. Los museos pic-

tóricos ya están mucho muy vistos. El teatro ha sido manoseado por cultos y no cultos. El ballet ha bajado su nivel desde que algunas secretarias han resuelto seguir los pasos de la Pavlova o la Duncan. La ópera es aburrida y aquí sí usted no transa. Nada, ni un quinto partido por la mitad para este espectáculo ridículo en el que hasta un secreto se convierte en gritos taladrantes. A usted le gusta la música, pero no esa de la que por principio no entiende absolutamente nada. ¿Música? Pero claro, ésta puede ser la idea. ¡Un museo musical! Sería fantástico.

En su museo usted expondría los instrumentos de música más increíbles: desde un tam-tam y una chirimía hasta los raros Stradivarius, las cítaras plañideras y los órganos de 200 mil voces. Usted no entiende mucho de estas cosas, pero al fin y al cabo le servirán de pretexto para montar un tipo de entretenimiento que la gente considere como una magnánima contribución al arte y la cultura de la ciudad. Piense, por ejemplo, en las comedias musicales y las óperas rock. Su museo puede convertirse en el primero y único museo del mundo dedicado a la comedia musical y la ópera rock. Distribuido por áreas, presentaría varios escenarios en los que aparecerían, permanentemente, fragmentos de las comedias musicales consagradas.

En el área de movilidad social se presentarán, bajo el título de *Querer es poder*, comedias musicales tales como: *La novicia rebelde*, *Mi bella dama*, *Hello Dolly!* y *Evita*, o sea variaciones sobre un mismo tema generalmente conocido como Cenicienta. En el área anticrisis, bajo el título de *El amor todo lo soporta*, se escenificarán *Cantando bajo la lluvia*, *Amor sin barreras* y *Camelot*. En el área de renovación (in)moral y con el título bíblico de *Sodoma y Gomorra* se exhibirán comedias musicales tales como *Oh Calcuta!* y la escandalosa *Hair*.

Todo el personal del museo tendrá la prohibición terminante de hablar como lo hace el común de la gente y se expresará cantando al estilo de las obras allí albergadas, así sea para decir "Pase usted" o "Por aquí". La misma prohibi-

ción se extenderá al resto de sus movimientos. No podrá caminar, sino que deberá bailar. No podrá usar cualquier uniforme, sino que tendrá que andar permanentemente vestido según el vestuario diseñado para cada una de las comedias musicales expuestas.

Este original museo estará diseñado en forma de teatro y la publicidad correspondiente deberá ser manejada teniendo en cuenta tal consideración. Al público se le recibirá en turnos matutino, vespertino y nocturno, y a cada uno se le denominará Primera, Segunda y Tercera Llamadas.

Buena parte del público para este tipo de espectáculos son los niños. Es a ellos a quienes debe ir dirigida especialmente esta programación. Que aprendan el optimismo aun en las condiciones más adversas. Y para ello hay que darles todas las facilidades: transporte gratis, guías gratis, folletos gratis. Desde luego, habrá algunos objetos que no se les podrán obsequiar: los disfraces, las sodas, el pan-tamal y el taco-burger, así como los *souvenirs* que querrán comprar. Los adultos harán otro tanto, pero, claro, pagando todo, con el fin de no inducir en ellos un nocivo paternalismo. A la gente, tanto en el trabajo como en el ocio, debe educársele no dándole los peces para que se los coma, sino proporcionándole la caña de pescar (si ella pica en su propio anzuelo, es su problema).

La letra con prestigio entra

Con dar trabajo y con tener una enorme clientela cuyos límites usted mismo desconoce, no es suficiente para adquirir todo el prestigio que necesita. Este prestigio le vendrá de reunir varios elementos. Entre ellos se halla la educación. Porque —y esto no tiene que ver con ese prestigio suyo nada más— las empresas de su propiedad no marcharán óptimamente si no consigue que los empleados que para ellas trabajan se identifiquen totalmente con sus propios objetivos. Lo que es bueno para usted y sus empresas debe ser bueno

para todos aquellos que desempeñen un puesto en ellas. ¿Cómo lograrlo? Piense que no es nada fácil, pero tampoco nada del otro mundo. El meollo está en la educación. Eduque a sus empleados, a los hijos de sus empleados y a los que no son hijos de sus empleados pero que un día presentarán una solicitud de trabajo en cualquiera de sus negociaciones.

Reúna a un grupo de allegados con similares inquietudes y propóngales crear un plantel educativo al que hipotéticamente llamaremos Centro de Altos Estudios de Monterrey. No pierda el tiempo buscando modelos educativos del país. Son malos, ineficientes y carentes de prestigio. Váyase directo a los modelos norteamericanos, si es que quiere tener éxito también en este renglón. Las ventajas son múltiples: no sólo para encontrar expertos que quizá le sean ofrecidos por más de una institución de manera gratuita, sino para captar recursos en dólares. Casi sin pedirlo, éstos le serán aportados a su institución por fundaciones tales como la Ford, la Rockefeller, la Kellogg y similares.

En el CAEM se les enseñarán a los alumnos los valores en los cuales se finca todo lo que usted y su emporio son. Esto es lo más importante. Luego vendrá la enseñanza técnica apoyada por diversos estímulos: becas, viajes de estudio y promesas varias. Entre ellas dos fundamentales: de trabajo para los egresados y *status* social, de éxito en la vida y de posible cercanía al círculo de usted y al de los MMs.

El primer paso para que su centro funcione de acuerdo con sus deseos es encontrar una planta de maestros que entienda perfectamente cuál es el cuadro básico de ideas que debe manejar al ejercer la cátedra. La defensa de la propiedad privada y el principio de la libre empresa deben ser profesión de fe en todos ellos, así sean éstos agrónomos zootecnistas, *masters* en sistemas o doctores en filosofía. Maestro que no se apegue a esta norma suprema, maestro que debe ser despedido sin miramientos. La tolerancia es el vehículo por el cual pueden colarse profesores jesuitas, divorciados, pederastas, masones, protestantes y hasta co-

munistas y ateos a las aulas de su centro educativo, lo cual sería absolutamente nefasto.

Es importante, por todo lo antes señalado, que exista un absoluto control sobre el mecanismo de admisión de la planta docente. A cada aspirante, cuando no sea éste pariente o amigo de usted o del rector, deberán exigírsele certificados —incluidos los parroquiales—, títulos, constancias, cartas de recomendación de instituciones solventes —Caballeros de Colón, *Opus Dei*, Rotarios, Sembradores de la Amistad, Guardianes del Santo Sepulcro, etcétera), recibos de contribuciones, agua, luz y teléfono, cédula federal de causantes, visas, cartas de antecedentes penales, chequera, cartas de recomendación personales, comerciales y laborales, licencia de manejar, cartilla militar con el último resello, cédula de empadronamiento, dictamen médico y psiquiátrico, comprobante de la última vacuna y, desde luego, la forma de solicitud en la cual vierta, con toda veracidad, además de sus datos personales, la información precisa acerca de sus preferencias en materia de libros, periódicos, revistas, programas de televisión, películas, obras de teatro, partido político, credo religioso, obras pictóricas, relaciones sexuales y régimen político.

La línea entre usted, el rector, los directores de cada escuela del CAEM, los profesores y los alumnos debe ser absolutamente piramidal. Usted escoge al rector, el rector escoge a los directores, los directores a su vez escogen a los profesores y los profesores escogen —claro, de manera indirecta— a los alumnos mediante la lista de asistencias, reprobándolos en caso de que su conducta no se ajuste a los patrones establecidos y haciéndoles la vida de cuadrillos, que hay mil maneras para ello. En esto asegúrese de que no haya interferencias. No le resultará difícil si aplica el viejo principio de “divide y vencerás”. Entre el rector y usted nadie debe mediar. Los directores deben permanecer aislados uno de otro, entre más, mejor, aunque formalmente integren una junta. En este órgano tomarán acuerdos previamente establecidos entre cada uno de ellos y el rector,

que es al que le deben el empleo. A su vez, los profesores, que son los que le deben el empleo al director, tomarán los acuerdos en sus respectivas juntas según lo que les haya *sugerido* aquél. Y algo de fundamental importancia: que no intenten sindicalizarse para provocar inquietud en la vida del CAEM, la cual debe caracterizarse por la armonía de las relaciones entre alumnos, profesores y autoridades. Al menor intento que se detecte (siempre habrá amigos de la administración que estarán, ya como maestros, ya como alumnos, dispuestos a dar oportuno aviso de las irregularidades que adviertan), los responsables serán barridos. La mejor arma que puede usted utilizar para que tales intentos ni siquiera sean pensados es la de esa invisible amenaza permanente que es el despido.

Los alumnos podrán, por supuesto, formar su sociedad, pero lo que en ella hagan nada tendrá que ver con las disposiciones académicas, administrativas y de gobierno del CAEM. Está muy bien que los muchachos organicen sus concursos para elegir reina, sus revistas musicales, o bailes, o rifas, o cualquier cosa relacionada con todo lo que significa la juventud, pero de ninguna manera actividades que atenten contra el orden y el buen nombre del CAEM. A la menor indicación de alebrestamiento, los responsables deberán ser expulsados del plantel sin mayor trámite. En el Decálogo del Estudiante, que a cada uno de ellos les será entregado al ingresar al CAEM, el primer mandamiento reza: "En tu vida de estudiante, honrarás al CAEM por sobre todas las cosas"; el segundo indicará: "No reprobarás materias ni copiarás"; el tercero dirá: "Te eximirás de hablar mal de tu plantel, de sus maestros y autoridades, e impedirás que otros lo hagan"; el cuarto establecerá: "No participarás en mítines, reuniones de protesta o algaradas"; el quinto mandamiento ordenará: "Cumplirás con tus obligaciones éticas y no descuidarás tu vida espiritual"; el sexto enfatizará: "Respetarás el recato de tus compañeros y la castidad de tus compañeras"; el séptimo mandará: "No cometerás actos de escándalo dentro ni fuera del plan-

tel”; el octavo subrayará: “No difundirás ideas que atenten contra las buenas costumbres, la idiosincrasia del CAEM o el orden establecido”; el noveno impondrá: “No introducirás al plantel objetos nocivos para la salud física y mental de tus compañeros”; y el décimo preceptuará: “No leerás, verás ni escucharás pensamientos o imágenes que te induzcan a explorar tus zonas erógenas”.

En el Consejo Académico del CAEM, máxima autoridad de la institución, las decisiones serán democráticamente discutidas por todos y unipersonal y exclusivamente tomadas por usted. En esto no debe haber la menor concesión.

En suma, su institución debe ser ejemplo de estudio, aplicación, disciplina y paz. Estas condiciones le proporcionarán reputación personal, mano de obra calificada y sumisa para sus empresas, y mayores posibilidades de seguir ensanchando sus negocios.

Sólo hay una empresa madre en la vida

Como gran empresario, seguramente usted ya llegó a la crucial decisión de crear un *trust* que se extienda a lo largo y lo ancho del país, e incluso que rebese sus fronteras. Es preciso para ello, en primer lugar, contar con una industria madre que nutra y se nutra de otras empresas, y cuya característica fundamental sea ver hacia el futuro y permanecer al margen lo más posible de los tumbos que suele dar la economía hasta en los países más milagrosos, como lo es el nuestro. Calcule muy bien cuál pudiera ser esa industria madre. Considere, por ejemplo, necesidades que están a la vuelta de la esquina, de qué manera va a resolver nuestro país muchos de sus problemas de locomoción, de qué manera, al mismo tiempo, podría resolver tales como el de la contaminación ambiental. En pocos años, y por la prisa que se ve en deshacernos de nuestro petróleo, las reservas de este dilapidado recurso natural quedarán agotadas. Desde ahora inicie usted una industria que embone con esas futuras circunstancias. Imagine, por ejemplo, una gran in-

dustria zapatera que constituya toda una revolución en el concepto de andar.

En primer lugar, y ya en marcha las instalaciones básicas de su industria, inicie una campaña a nivel nacional que apunte hacia el desarrollo de una cultura del calzado. Esta cultura, como todas las culturas, tiene que tener sus tabúes y sus premios. El tabú que usted debe conseguir instaurar en el seno de la sociedad mexicana es el de andar descalzo. Ser un patarrajada tendría que equivaler a ser un individuo incestuoso o adúltero. Por otra parte, sinónimo de adaptación, normalidad y éxito social será el calzar los más diferentes pares de zapatos. Es lógico que a mayor variedad de pares de zapatos que se tenga en el guardarropa para las diferentes actividades, ocasiones, conductas y hasta manías personales, mayores serán también la posición y fama sociales. Para esto, adoptando las leyes de la economía política, su campaña irá acompañada de la creación de nuevas necesidades. La paulatina extinción del automóvil, no sólo como vehículo para transportarnos, sino como objeto de clasificación social, hará indefectiblemente espacio a la era del calzado, es decir, la era basada en su *trust* zapatero.

Claro que para ir desplazando al artesano y al pequeño fabricante de zapatos usted deberá producir zapatos en modelos que supongan la existencia de una desarrollada tecnología. En este sentido, por supuesto, tendrá que seguir de alguna manera los patrones ya probados de la industria automotriz en vías de desaparecer, es decir, que fabricará zapatos para las diferentes capas sociales de la misma manera en que se han fabricado automóviles deportivos y de lujo, automóviles comerciales y austeros, y autos compactos, según los diferentes niveles de ingreso de los consumidores.

La especialización tendrá que ser considerada como uno de los puntales de su industria. Usted fabricará, así, zapatos para muy diferentes usos, costumbres y necesidades. Poco a poco irá entretejiendo el significado de su industria con el significado de la vida nacional. La meta será que los

mexicanos se refieran a la revolución del zapato de la misma manera como se refieren a la revolución mexicana. Que el calzado forme parte de todos los actos públicos y privados de la población. Bajo esta pauta, su *trust* zapatero lanzará algunos modelos que deberán ser juzgados básicos e imprescindibles. Por ejemplo, el modelo de zapato para campaña presidencial. Será un tipo de zapato fuerte y suave al mismo tiempo: fuerte para soportar largas caminatas y múltiples pisotones, y suave para que el candidato no tenga que hacer su próxima jornada en andas o en silla de ruedas. La novedad de estos zapatos es que dispondrán de un mecanismo interno para elevar unos cuantos centímetros al candidato cuando así lo ameriten las circunstancias (verbigracia, al entrevistarse con un presidente norteamericano). El modelo presidencial, por otra parte, tendrá las mismas características, pero estará provisto, además, de dos mecanismo: uno para proporcionarle al Primer Mandatario de la Nación un masaje clínico en caso de un prolongado plantón (digamos al presenciar el desfile del 16 de septiembre), y otro, más refinado aún, que podría desplazarlo a gran velocidad, como si fuese un Mercurio moderno, en caso de emergencia. Este último tipo de mecanismo tenderá históricamente a popularizarse en la medida en que los presidentes de México se vuelvan más impopulares. Con diferentes variantes, tal modelo de zapatos será el que vayan adoptando los funcionarios públicos. El zapato blindado, el zapato antiderrapante, el zapato dentado, el zapato magnetofónico y otros atractivos modelos en la línea del calzado político podrían ser diseñados para consumo sexenal.

Modelos para todos

En la línea empresarial, los modelos variarían según el nivel de los ejecutivos. Para los más altos sería un tipo de zapato montado sobre una gran plataforma semejante a la de los antiguos zapatos ortopédicos, pero de acuerdo

con la estética de los coturnos griegos; estarían provistos de un dictáfono para ir emitiendo órdenes a su paso. Los de los ejecutivos medios serían la réplica de los zapatos de los altos ejecutivos, sólo que con una plataforma de la mitad de la altura de éstos y provistos de un aparato receptor tipo *beep* permanentemente encendido. Los empleados, por su parte, usarían el modelo denominado *suelas corridas*, provisto de un reloj checador. El modelo comúnmente llamado mocasín sería el propio para los obreros; adaptado a sus agujetas se hallaría un dispositivo que activaría una alarma al momento de salir de su radio de trabajo.

Innecesario es decir que gran parte del éxito conseguido por su industria del calzado radicará en el consumo de la clase media, que es la que siempre recoge las modas con más fervor. Así como ahora ha empezado a generalizar el uso de los uniformes deportivos para toda ocasión, así también, dado su gregarismo —que usted sabrá aprovechar inteligentemente—, hará suya la cultura del zapato y le proporcionará a ésta su mayor difusión. Usará zapatos para trabajar, para comer, para cultivarse, para ejercer sus credos, para socializar, para participar cívicamente (incluso para protestar), para divertirse, para dormir, para hacer el amor y reproducirse.

Su industria se orientará a crear zapatos para todas las profesiones y oficios, de manera que un abogado o un cohetero, un ingeniero en sistemas computacionales o un fruticultor, un banquero o un afilador, puedan ser claramente identificados por sus zapatos. Esto no será de ninguna manera imposible. Si a un buzo o a una tacones dorados, si a un alpinista o a una bailarina de ballet con sólo verles los zapatos se puede saber a lo que se dedican, nada impide que este tipo de identificación se extienda al resto de las actividades. Todo es cuestión de imaginación y publicidad, como usted sabe.

La Meca

La industria dará el gran paso de su vida cuando logre que el público consuma un modelo de zapatos especial para no caminar. En adelante usted se dará el lujo de calzar al país en la forma que quiera. Y si logra vender su tecnología zapatera al exterior, olvídese: suya será la primera gran industria transnacional mexicana que sustituiría al petróleo en materia de captación de divisas. Eso querrá decir que el zapato se habrá convertido en parte de las necesidades biológicas de los mexicanos y, en gran parte, del género humano. Naturalmente, la creciente industria zapatera dirigida por usted tendrá que tomar en cuenta las características y la idiosincrasia propias de cada lugar y país.

Por principio de cuentas, su industria tiene que implantar en su propia ciudad lo que pretende hacer de uso común en otras ciudades, regiones y países. Monterrey, que hasta ahora se ha caracterizado por producir cerveza y acero, deberá ser convertida, a partir de su industria, en La Meca del Zapato. La sociedad regiomontana será para su industria un laboratorio en el cual podrá someter a prueba todos sus experimentos en el ramo de la tecnología pédica. Los pies para los regiomontanos deberán ser de tanto orgullo por el calzado que los cubre como las muñecas de las manos lo son para los suizos por los relojes que en ellas portan. Para esto, a través de sus expertos en publicidad, tendrá que desterrar ciertas expresiones culturales despectivas respecto a los pies. Es necesario, pues, invertir esta manera de pensar. “Meter el pie” deberá significar en Monterrey “acertar”, “hacer bien las cosas”, o bien, “oler a pie” deberá significar “oler bien”, “oler exquisito”. Hasta podría ser usted audaz y abrir una cadena de perfumerías que se llamara *A sus pies*. Un buen *slogan*, en este caso, podría ser: “Monterrey es la única ciudad donde se piensa mejor con los pies que en otras partes del mundo, donde se piensa con la cabeza”. Y otro *slogan* más práctico y sugerente dirigido de manera específica al consumidor de

zapatos podría ser: "Dé el pie para que le tomen la mano".

Para que el regiomontano se acostumbrara a ver en sus zapatos algo propio y digno, tendría usted que encontrar fórmulas adecuadas. Que el pueblo vea en su gran fábrica de zapatos una casa abierta donde habrá de encontrar, en lugar de una mano, un pie extendido, y, lo mejor de todo, un par de zapatos gratis. ¿Cómo hacer esto sin mayores costos para su empresa? Aquí es donde su tecnología tendrá que ser puesta a prueba. La invención de los zapatos desechables será la respuesta.

Diástole y sístole

Siempre debe tener presente que entre la ciudad y su industria debe haber una relación de diástole y sístole. La fábrica de zapatos existe por la ciudad y la ciudad existe por la fábrica de zapatos. Como sus planes son a futuro, tendrá que empezar a trabajar para que tal relación sea perfecta. Actualmente semejante cosa sería imposible. Monterrey no está diseñada para el modelo de sociedad peatonal que su industria requiere. Hoy por hoy la ciudad favorece más bien el modelo de sociedad motriz, donde el automóvil mantiene una posición de privilegio sobre la forma de locomoción humana por excelencia, es decir, las piernas de los cientos de miles de hombres y mujeres sometidos a la tiranía de los cafres del volante. Pero usted puede aprovechar algunos de los lemas de nuestros políticos demagogos para atacar sutilmente esta odiosa desigualdad. El objetivo será desplazar como vehículo de transporte al automóvil y sustituirlo por los zapatos producidos por usted: más democráticos, más ecológicos, más saludables, más apegados a la naturaleza del hombre. Una de las tareas importantes en las que pondrá toda su atención será la remodelación del área urbana de Monterrey.

Consígase a expertos de corte naturista de los que ya empiezan a surgir en los Estados Unidos, haga que le diseñen el proyecto y luego véndales la idea a sus colegas em-

presarios para que entre todos se la impongan al gobernador en turno, sobre todo por la vía de la participación. La construcción de vías peatonales donde hoy corren las que serán dentro de algún tiempo obsoletas calles permitirá la realización de un fabuloso negocio al grupo de empresarios motivados por usted y a los funcionarios que se identifiquen con el proyecto. A remodelar se ha dicho. Claro que por varios meses la ciudad quedará convertida en un campo de guerra lleno de trincheras. En circunstancias así la población suele irritarse y fácilmente cae en las trampas que los agitadores siempre tienen listas para desfigurar la imagen de quienes se han encargado de conferirle grandeza y civilización a la ciudad que le ha sido ganada a una naturaleza avara y verduga. Pero para que esto no suceda habrá que estar preparados. Mediante todo un aparato de publicidad basado en el rumor hay que convencer a los habitantes de Monterrey de que bajo las calles de su ciudad existen ricos yacimientos de uranio que la transformarán de la noche a la mañana en el centro de riqueza más grande del mundo. Se empezará a hablar de la nueva Klondike del norte de México. Y para los más escépticos se matizará la versión: más que uranio, bajo las calles de Monterrey corren voluminosos mantos de agua, preciado elemento que actualmente empieza a adquirir el valor de material radioactivo.

Transformadas las calles, será necesario crear todo un ambiente urbano propicio para la moderna era peatonal. Ya sin los molestos vehículos de tracción motriz el trazo vial de la ciudad no tendrá por qué parecerse a una gran página cuadriculada. Aquí es donde —quién lo dijera— Monterrey iniciaría un intenso intercambio tecnológico con el Japón. Como todo mundo sabe, los japoneses son los artífices del espacio ameno: senderos por acá, vereditas por allá, un puentecillo de arco a mitad del camino, recodos, suaves colinas. En fin, todo un compendio de trayectos en los que se habrá roto con la monotonía y donde andar se vuelva, más que una necesidad, un verdadero placer.

Y todo gracias a los zapatos fabricados por usted.

Ni siquiera tiene que echar a volar la imaginación. Si el cambio de su ciudad se deberá a su acción emprendedora, los habitantes de Monterrey espontáneamente verán en su figura a la de un nuevo fundador. No dude que el cabildo, más pronto que tarde, acordará erigirle una estatua en la que seguramente el escultor, inspirado en *El pensador de Rodin*, hará destacar sus zapatos.

Visitar Monterrey dejará de ser esa experiencia carente hasta de tarjetas postales que no sean necesariamente las del Cerro de la Silla para convertirse, a los ojos de los extraños, en un auténtico *momentum*. La primera ciudad peatonal del mundo organizada como si fuese un gigantesco jardín nipón será algo para recordar. Sobre todo porque el turista de Holanda, Rusia o los Estados Unidos vendrá a Monterrey a comprar los zapatos originales de sus propias culturas sólo que revolucionados por su tecnología zapatera. El invento de los zuecos para esquiar, de las botas cosacas para bailar y elevarse a 25 y 30 metros de altura, y de las botas vaqueras para jinetear en el aire sin necesidad de un caballo bronco o de un toro salvaje han surgido del Instituto Mexicano del Zapato, creado y sostenido por usted.

De todas partes del mundo vendrán para asombrarse con el Museo Universal del Zapato, la colección de calzado más seria y exhaustiva, que abarcaría desde el primer intento de huarache cuaternario y las botas ancestrales de las glaciaciones hasta las botas de los astronautas que pisaron por primera vez la luna, y los zapatos de nuevo tipo, pertenecientes a la era inaugurada por su fábrica de calzado.

Esta era será consignada en los anales de la historia por la concepción diferente de pisar (o no pisar) con los pies cubiertos.

Por primera vez en el paso del hombre por la Tierra, éste podrá, gracias a las innovaciones introducidas por usted, llegar a esa sutil síntesis de zapato y calcetín. Esté seguro de que cuando llegue el momento de vender el modelo

combinado de zapato-calzetín usted habrá triunfado en su ciudad, en el Gran Círculo Interno de los Meros Meros, en su país, en el mundo y *last but not least* en la historia de la humanidad.

A la conquista del mercado

Imagínese no sólo como industrial próspero, sino como un genuino conquistador del mercado. A la cadena nacional de zapaterías que abrirá usted seguirá otra cadena menos aparatosa pero quizá más efectiva: la de las máquinas traga-monedas para zapatos instaladas en aeropuertos, centrales de autobuses, supermercados, estacionamientos, hoteles, moteles, cafeterías, discotecas, cines, teatros, estadios deportivos, tiendas de departamentos, clubes sociales, iglesias, salas de belleza unisex y otros puntos de reunión. Esto implicará la fabricación de los modelos más inimaginables de zapatos: zapatos *stretch* para viajar que puedan enrollarse y caber en un estuche no mayor que una caja de cerillos; zapatos para espectáculos en los cuales el hecho de caminar no interrumpa la atención de los espectadores; zapatos con *spikes* de material más blando que el hulespuma para hacer el amor; zapatos en forma de pie y en los diferentes tonos de piel, según la gama cromática de las razas existentes (blancos, amarillos, morenos, cobrizos, negros); zapatos para ir al trabajo, dotados de motor de pila y cobertura resistentes para soportar los inevitables accidentes de tráfico; zapatos antisépticos para prevenir contagios en caso de incursiones por zonas contaminadas; zapatos, en fin, para todo tipo de condición, actividades, estado de ánimo y vicios.

Sería impensable desde cualquier punto de vista una industria con los alcances y volumen de esa industria zapatera en la que usted podría fincar todas sus más caras ilusiones sin la existencia de dos condiciones ineludibles: la supresión de la competencia y la integración de su empresa.

Veamos en primer lugar la competencia. Sólo cabe una

consideración: hay que arrasarla. Claro que para efectos doctrinarios y de propaganda debe mantenerse reiterativamente y hasta la saciedad el principio de la libre competencia. Usted puede decir todo lo que quiera al respecto, pero de antemano su convicción y experiencia le señalarán que lo que cuenta en esta vida no son las palabras, sino los hechos. Prepárese. Una larga tarea le espera. Preciso es poner en juego todos los medios a su alcance —el fin siempre justifica los medios— para obstaculizar, mermar y destruir a sus competidores. Organícese. La organización es decisiva.

Una buena estrategia para aniquilar la competencia es la de la acción múltiple: *a)* hacia los proveedores; *b)* hacia el funcionamiento interior de la empresa; *c)* hacia sus fuentes de financiamiento; y *d)* hacia su mercado.

No le costará mayor trabajo detectar los centros de aprovisionamiento de sus competidores. Sus espías bien pagados le proporcionarán a usted toda la información que necesita. Una vez localizados los hatos de becerros que se supone serán utilizados por sus competidores, sus hombres se las ingeniarán para lanzarles desde el aire plagas de bichos (de acuerdo con los cánones de la guerra bacteriológica) que los enloquezcan de comazón o que los vuelvan contra sus vaqueros al grado de ser incontrolables. Si esto falla, el soborno podría contribuir a provocar tendencias suicidas en los animales y lanzarlos en estampida, como en las películas de John Wayne, contra ciudades y pueblos. Este mismo método tendría que ser utilizado en el caso de los cerdos, los cocodrilos, las cabras, las iguanas y las víboras para producirles horribles y purulentas erupciones en la piel hasta volvérsela totalmente inservible.

Toda empresa implica sacrificios. La suya no tendría por qué ser la excepción. Además, en los tiempos que corren, una concepción no humanista de la empresa se hace odiosa incluso ante los ojos de los propios empresarios. De esta manera, su industria del calzado, sacrificando legítimas utilidades, será pionera en otorgar mayores salarios a sus trabajadores. Este trato humano traerá para su negocio varias

y muy importantes consecuencias: la primera es que de una manera espontánea empezarán a incorporarse a ella los mejores trabajadores que antes laboraban en las empresas de la competencia; la segunda consistirá en elevar la calidad de su producto; y la tercera le permitirá desestabilizar a sus competidores. El primer efecto al aumentar los salarios a sus trabajadores será crear envidia y descontento en los trabajadores de las empresas que a usted le interesa desplazar. La carencia de mano de obra calificada en ellas le dará a usted la oportunidad de infiltrar trabajadores que habrán de canalizar debidamente esta situación. Prendida la mecha sindical en las empresas contrarias a la suya, las huelgas y los eventuales cierres harán el resto. Como beneficio extra, su industria se verá favorecida por la imagen que mantendrá de armonía y dedicación laborales.

El ataque a sus competidores por la vía del financiamiento tendrá como armas principales sus propias relaciones con los banqueros clave, por un lado, y la situación inestable de las industrias zapateras que usted se propone desplazar, por el otro. Como accionista poderoso de varios bancos se le facilitará la operación. Bastará con unas cuantas pinceladas técnicas para que los bancos pongan en dificultades a sus adversarios, mientras que a usted, por su solvencia y sus cultivadas amistades en la banca y el gobierno, le ofrecerán, mediante similares movimientos sólo que en sentido inverso, amplio y generoso crédito.

Supongamos que las diferentes tácticas realizadas para eliminar a sus competidores no han dado los resultados esperados o que éstos han sido magros; bien, aún le queda a usted una poderosa arma para acabar con ellos: el terrorismo mercantil. Primero que nada controle el mercado cautivo que usted tiene en los propios trabajadores de su empresa. Ninguno de ellos podrá usar otro tipo de zapatos que no sea el de su marca. Los jefes de personal tendrán muy en cuenta las desviaciones en este sentido: ninguna dificultad tendrá, llegado el caso, para inventarle cualquier pretexto a aquel empleado que se atreva a calzar

zapatos distintos de los producidos por usted y despedirlo de inmediato. Este control se extenderá a las horas fuera del trabajo mediante ciertos pequeños privilegios otorgados a los trabajadores que delaten a sus compañeros que luzcan zapatos de la competencia.

Su sentido de la organización le dirá que además de éstas hay otras medidas eficaces para aplastar a sus competidores. Se pueden contratar los servicios de cientos de descalzos para que vayan y se paren enfrente de las zapaterías que expendan los productos no fabricados por usted. Quizá no tenga que recurrir a las habilidades de un dinamitero o de un pirómano, pero no descarte usted nunca esta posibilidad. Por lo pronto podrá reforzar sus métodos de eliminación mediante la sorda artillería del rumor. Los zapatos de la competencia, fabricados con pieles de animales aftosos o víctimas de radiaciones, producen en quienes osan ponérselos no sólo pie de atleta sino horrendas deformaciones y hasta cáncer. Puede conseguirse dos o tres cancerosos a los que ya sólo les queden los muñones de las piernas y que aseguren a la prensa que su estado les fue producido por el uso de ciertos zapatos, que obviamente no fueron los de su marca.

Desde luego, será su tecnología zapatera la que termine por desplazar nítida y totalmente a sus rivales más poderosos. Los pequeños que sobrevivan a la guerra promovida por usted se autoconsumirán solos, y en uno o dos no valdrá la pena invertir para acabarlos, pues, al contrario, dejarlos que se mantengan servirá para que nadie pueda decir que la suya es una industria monopolista. Invierta incluso, en caso extremo, para que subsistan. Le conviene.

El milagro de la integración

Ningún éxito podría tener usted con una industria de las dimensiones que supone la macroempresa zapatera descrita sin un proyecto de integración total de la misma. Cada uno de los diferentes materiales para la manufactu-

ra, empaquetamiento, presentación, comercialización, transporte y publicidad deben ser objeto de la creación de diferentes plantas y empresas. El financiamiento y la fabricación de maquinaria para hacer zapatos deberían constituir también empresas diferentes pero afiliadas a la industria matriz, de manera tal que todas ellas integren un grupo empresarial claramente identificado, al que usted podría denominar, por ejemplo, el Grupo M (eme de Monterrey, eme de México, eme de Mero Mero). Muchas empresas, muchos millones, muchos intereses en un solo grupo. Y, por supuesto, en un solo puño: el suyo.

Empiece por asegurar la producción de materias primas. Su industria zapatera habrá de requerir enormes cantidades de pieles, textiles, tinturas, hules y materiales sintéticos, acero en diferentes calidades, etcétera (y por etcétera usted tendrá que entender las cosas más diversas y sutiles).

Adquiera enormes latifundios, de esos que en tiempos de don Porfirio nadie se atrevía a llamar *pequeñas propiedades* pero que ahora reciben este nombre. Hágase de un magnífico pie de cría, cuya raza haya sido objeto de los experimentos genéticos más *avant gard*. Aplique para el desarrollo de su hato de ganado las técnicas más modernas. No escatime importando zootecnistas, veterinarios, agrónomos y *cowboys* de Texas para que sean ellos los encargados de asegurarle una materia prima para su industria zapatera exenta de plagas y de raspones por motivo de alguna inusitada estampida. La existencia de sus numerosas reses le permitirá pensar en el establecimiento de empresas muy variadas: desde una curtiduría hasta una fábrica de velices, pasando por la muy socorrida y exitosa industria del cuerno. Naturalmente, su cadena de taco-burger se verá bien abastecida con la carne de su ganado, misma que usted habrá de aprovechar para poner en marcha un conjunto de frigoríficos y una importante empacadora.

Con una empresa laminadora tendrá usted suficiente para obtener los ojillos, hebillas y demás artículos que requerirá su industria. Pero usted necesitará fabricar su

propia maquinaria para hacer zapatos, así como los múltiples aditivos que éstos exigirán. O sea, que el único detalle que le queda por resolver es el de producir acero. Aquí es cuando tendrá que hacerle caras bonitas al aborrecido Estado. Mas no tendrá otra alternativa. La invitación al presidente de la república para que se asocie con usted será un *must*.

Con su acero a la mano usted podrá resolver muchos otros problemas de su grupo empresarial. Acero para las cajas de transporte donde sus zapatos viajarán a todos los puntos del país y de la frontera norte (desgraciadamente la frontera sur, con su ancestral rechazo a promover una sociedad bien calzada, continuará siendo un mercado prescindible para usted); acero para su febril actividad de construcción de plantas, casas-habitación para sus trabajadores, edificios corporativos, restaurantes; acero para todas esas obras de infraestructura que el odioso Estado realizará en favor muchas veces de su propia corporación. Ser un *steeler* redundará en grandes ganancias, desde luego, pero sobre todo en una inmovilidad semejante a la de su producto: contra viento y marea, visible o invisible, usted permanecerá en su puesto de capitán apoyado por políticos y empresarios, mal visto, quizá, pero caravaneado por todos.

Sus necesidades no estarán cubiertas sin una fábrica de textiles que pueda abastecerlo de las fibras requeridas por sus modelos de zapatos casuales y deportivos, y de los miles de kilómetros de agujetas que empleará en algunos de ellos y en muchos otros más. De la misma manera, no podría pasársela sin una industria petroquímica que lo provea de los variados materiales sintéticos necesarios para la confección de suelas. Debe recordar que las suelas, de ahora en adelante, serán parte esencial de los zapatos fabricados por usted. En muchos casos las suelas no sólo podrán ser distintivas de su marca, sino determinantes en ciertos modelos, y por tanto en su volumen de ventas. Piense por ejemplo en el zapato-suela (no confundirlo con huarache), una de

esas innovaciones que impondrá su industria y cuya patente, a la manera de un Cartier de lujo, podrá exportarse a todo el mundo y concursar en las competencias internacionales de calzado. La diferencia de los zapatos-suela, para efectos de publicidad, consistirá en advertir que mientras todos los demás zapatos inventados hasta nuestros días se tienen que poner, con el nuevo modelo sólo hay que subirse cómodamente en ellos. O bien, piense en el suela-zapato, que vendría a revolucionar el concepto tradicional de zapato, ya que la suela quedaría arriba y la cubierta abajo. Este tipo de zapato se abrocharía, como es de colegirse, al revés, o sea, por la planta del pie. Ya puede usted verse, con este sensacional descubrimiento, como el Einstein del zapato.

Con su planta de polietileno usted podrá dar una solución absolutamente renovadora a lo que hasta ahora se conoce como cajas o bolsas para guardar zapatos. Mediante una tecnología audaz y una publicidad más audaz aún podrá ofrecer a su vasta clientela la gran opción: cajas y bolsas *prêt-à-porter* que podrían ser usadas en vez de zapatos.

Piense que, sobre todo al principio, sus zapatos tendrán que crearse su propio mercado a base de *gimmicks*. Sus expertos en publicidad podrán inventar miles. Aquí, a manera de ejemplo, le doy uno: el *pin up shoe*. Consiste en ofrecer, al público masculino, una grata sorpresa cada vez más grata. A medida que desgasta la suela del zapato va apareciendo una *pin up girl* de medidas despampanantes y tocada con un bikini. Luego, a mayor desgaste de la suela, el bikini desaparece, hasta quedar la modelo de almanaque sin nada encima, excepto el esmalte de las uñas.

Ábrete, Sésamo

La publicidad, como seguramente ya lo ha adivinado, será el Ábrete, Sésamo de su éxito mercantil. Ahora, una poderosa firma publicitaria que se encargue de ir edificando la cultura del zapato. El logotipo de su industria y las imágenes de sus zapatos, estrechamente vinculadas a la vida

pública, cotidiana e íntima de la población, la idea de que todos los objetos que rodean a hombres, mujeres y niños sean complementarios del calzado (digamos que el traje o el vestido sea pensado en función de los zapatos y no éstos en función de aquéllos), todo deberá responder a diseños y planes concisos y eficaces. Se trata nada menos que de convertir a toda una nación en ávida clientela consumidora de zapatos.

El calzado de su industria debe quedar integrado al espacio vital de los mexicanos. La marca de sus zapatos deberá patrocinar la información sobre el estado meteorológico del tiempo. Patrocinará también todos los deportes que se jueguen con zapatos, sobre todo los maratones masivos, en los que los ciudadanos participen corriendo por manzanas, colonias, barrios, ciudades, regiones y estados. Lo mismo hará con todas las peregrinaciones religiosas a la Catedral, a la Basílica de Guadalupe o a Chalma, todos los desfiles cívicos, incluido el del 20 de noviembre, y todos los eventos que, como los carnavales o los festivales de cantantes adolescentes, atraen a las muchedumbres.

La publicidad de su corporación deberá estar tan bien manejada que logre establecer una identificación absoluta entre necesidades sociales, deseos materiales y eróticos, aspiraciones, costumbres, vida moral, prácticas políticas, normas cívicas y el objeto que inducirá a consumir, es decir, sus zapatos. Serán diferentes los planos de los mensajes publicitarios para que éstos lleguen a los grandes públicos por la vía de sus intereses y gustos sin disminuir por ello el *status* del producto anunciado. Si su publicidad sólo va dirigida a las grandes masas, pero no conserva una índole aristocrática, olvíde-se, su éxito no pasará de ser un éxito mediocre. Por ello su marca deberá aparecer en todas partes, sólo que de manera casual, como parte de una cierta decoración del escenario citadino, del paisaje nacional. El ego, que jamás ha tenido que ver con las muchedumbres, debe ser puesto a salvo. El prestigio de su marca, como el de las famosas hamburguesas McDonald's, debe provenir

de la cantidad de zapatos consumidos, pero también de la confianza depositada por el público en su capacidad para singularizar, uno a uno, a cada comprador de acuerdo con su muy individual personalidad.

Su publicidad tendrá que alcanzar el máximo grado de excelencia. Ser aficionado al baile, al fútbol o a los paseos dominicales debe significar ser aficionado a los zapatos para bailar, a los tacos deportivos o a los estilos de los zapatos domingueros. Ser regiomontano, por otro lado, debe significar portar regiozapatos: así, con minúscula, pues de lo que se trata es de convertir su marca en el objeto, como ha ocurrido con ciertos productos, pongamos por ejemplo el clínex. El regiozapato será *el zapato*. Ser mexicano debe significar ser regiozapatero.

Con todo y convertir los zapatos de su marca en los zapatos como un sustantivo más, la publicidad adecuada tendrá que sugerir una reafirmación personal —tanto en su potencial erótico como en la escala social— al individuo que vaya a usarlos. Para esto su aparato publicitario tendrá que conseguir que sus zapatos sean usados tanto por el campesino y el trabajador urbano como por las más altas personalidades del mundo del espectáculo, de la política y de la empresa. De esta manera usted, además de su aporte a la producción, estará fortaleciendo la democracia. Pero no sólo esto; también estará proporcionando una sólida base a la ilusión que la acompaña: si el paria y el potentado, el marginado y el mandamás comparten la misma marca de zapatos, eso querrá decir que los que no tienen ni dinero ni poder podrán aspirar, si la suerte los favorece, a convertirse algún día en un magnate (léase Mero Mero) o en un encumbrado político, que podría ser, incluso, el propio presidente de la república. Es decir, usted será el promotor de la gran síntesis por la que cualquier hijo de vecino podrá aspirar a ser, al mismo tiempo, Horatio Alger y Benito Juárez.

Su gran triunfo en materia publicitaria será lograr que los mayores *playboys* del mundo —incluidos Hugh Hefner,

Sean Connery y Robert Wagner— anuncien sus regiozapatos, y que lo mismo hagan los grandes estadistas. Cuando Margaret Thatcher, Fidel Castro, Teng-Xiao-Ping, Ronald Reagan, Augusto Pinochet, Felipe González, François Mitterrand, Yuri Andrópov, Indira Ghandi, Yasser Arafat, Juan Pablo II, el ayatolah Khomeini, Menahem Begin, Henry Kissinger y Edward Kennedy aparezcan en público con el par de zapatos especiales contra atentados que su industria les ha mandado regalar, aprovechando ocasiones de esas que siempre se presentan, sus ventas batirán records mundiales, y de paso usted logrará afirmar la buena imagen de México en el concierto de las naciones.

Métase al gran cine y a la pantalla chica; que en esta película y en aquella telecomedia los principales actores aparezcan calzando los zapatos de su marca. Sobre todo cuando se trate de escenas eróticas. Sueñe con que Brooke Shields o Robert Redford luzcan durante una escena de sexo uno de sus más populares estilos de zapatos. Será la locura. Le faltarán tiendas para venderlos.

Vender adecuadamente su imagen —local, nacional e internacionalmente— implicará no sólo la multiplicación de ganancias y la forja de una cultura dominada por sus valores, sino la obtención de grandes créditos en el extranjero. Que su publicidad logre dar la idea de que la suya es la empresa monstruo del milagro mexicano y que usted es el prototipo del empresario *non plus ultra*.

Turismo sin barreras

Cuando un país se halla en quiebra, recuerde que puede explotar sus ruinas. Éste es un viejo expediente que han utilizado los gobiernos torpes para administrar, pero hábiles para promoverse. También ha sido aprovechado por empresarios audaces y visionarios como usted para acrecentar su fortuna. Por otra parte, el turismo puede representarle la posibilidad de recibir y atender en grande a príncipes, magnates y estadistas. Puede en un momento dado convertirse

el negocio turístico en un mal negocio, pero siempre contará con subsidios estatales si es de la magnitud y originalidad del que usted debe emprender para redondear su emporio.

Algunos requisitos son indispensables para que su Montecarlo mexicano adquiera esas características. Primero, el lugar; éste tiene que rebasar los atractivos de todos los que hasta ahora existen. En seguida, un ambiente exótico. Por último, el rango de privilegio a que debe ser elevado el sitio escogido.

La ubicación del lugar, el exotismo y lo privilegiado de éste puede usted conjugarlos mediante un golpe de imaginación. Dirija su mirada hacia el Pacífico. Si bien se fija, Acapulco, Puerto Vallarta, Mazatlán y Manzanillo no han agotado las posibilidades turísticas del bello océano en lo que toca a las costas mexicanas. No se asombre de que su vista se encuentre con tres pequeñas islas, cuya fama es de sobra conocida por haber sido alojamiento, durante largos años, de tan distinguidos cuanto antiturísticos huéspedes. Sí, no se ha equivocado, son las Islas Marías.

La habilidad del gran empresario consiste, usted bien lo sabe, en convertir lo negativo en positivo, lo improductivo en productivo, e, incluso, lo padecible en disfrutable. ¿No viejos castillos inhóspitos, poblados de fantasmas, han sido convertidos en aristocráticos hoteles? ¿No Las Vegas fue alguna vez un vil arenal perdido en el desierto? ¿No unos simples terrenos baldíos llenos de matorrales fueron transformados en Disneylandia? No lo piense mucho, y manos a la obra. Nada más atractivo en el mundo para el turista que sentirse un conde de Montecristo o un Papillon rodeado del máximo lujo, *preso* de placeres sin fin y dueño de su libertad en el momento en que se le acabe el dinero.

Aproveche lo bruja que anda el gobierno para hacerle una oferta atractiva. Esté seguro de que no lo pensaría dos veces. Con usted se inauguraría espectacularmente la era de las desnacionalizaciones —que como quiera, por aquí y

por allá, algunas veces abiertamente y otras por debajo del agua, ya se inició—. Obtendría, además, una ventaja adicional: los reos actuales y potenciales de las Islas Marías le estarían agradecidos, pues la modernización de los métodos penitenciarios en nuestro país encontraría un señalado aporte con la supresión de este infernal reclusorio.

Su desarrollo turístico partiría de la idea de la prisión, acondicionando y remozando mediante las más avanzadas técnicas hoteleras el lóbrego penal. Las habitaciones serían las celdas, los calabozos los *bridal suites*, los cuartos de tortura se convertirían en discotecas y discosex. En estas últimas se ofrecerían todos los dispositivos, incluidos látigos y potros de tormento, que solía emplear el divino marqués de Sade en sus célebres sesiones erótico-punitivas.

Sus islas reacondicionadas atraerán al turismo mundial. Unos cuantos *gimmicks* le proporcionarán casi instantáneamente fama mundial. Pronto los bikinis y tangas a rayas, proporcionados a los visitantes por cortesía de la casa, se convertirán en el distintivo —semejante a los leis hawaianos— de su centro vacacional. Grilletes y esposas en diversos tamaños, materiales, colores y aplicaciones harán el placer de chicos y grandes. Habrá grilletes de plástico para flotar y esposas elásticas propias para aprisionar a la pareja mientras se baila con ella. Sería irresistible para infinidad de turistas *enrolarse* en la próxima *cuerda* a las Islas Marías.

A su llegada, los regocijados *presos* serían fichados y, también por cortesía de la casa, se llevarían a manera de *souvenir* una fotografía de frente y de perfil, y su placa con el número correspondiente.

Cuando usted mismo, en sus viajes a los centros turísticos más importantes del mundo (desde el tradicional Capri hasta el novísimo EPCOT), empiece a advertir las populares sudaderas con la inscripción *Property of Islas Marías* tendrá que rendirse a la evidencia del éxito alcanzado por su nuevo Paraíso-Penal del Pacífico.

En todas las revistas calificadas se hablará de los trabajos forzados a que son sometidos los presos más privilegiados

de la tierra. Estos trabajos consistirán en hacer participar a los turistas en las diferentes faenas que supone la obtención de cierta materia prima requerida por su industria zapatera. A los turistas les emocionará convertirse en tramperos de iguanas y cazadores de cocodrilos y boas *constrictor*. Precisamente, su criadero de estos especímenes antediluvianos constituirá, al mismo tiempo que una necesaria fuente de pieles exóticas para sus regiozapatos, uno de los *big spots* más comentados del turismo internacional.

Todo mundo se referirá entusiasmado a lo divertido de utilizar platos y pocillos de vil aluminio y toscas cucharas de peltre para comer, así como cajas de jabón para sentarse y guardar cosas.

El concepto carcelario se imprimirá a cada una de las actividades en que participen los vacacionistas. Un experto en tatuajes se ocupará de realizar los más estrambóticos dibujos en sus cuerpos. La atención y el orden estarán a cargo de curvilíneas celadoras y fortachones capataces. Entre las variadas diversiones con que contará su centro vacacional será importante el funcionamiento de una sala de proyecciones, donde permanentemente el público visitante podrá ambientarse con las cintas consagradas sobre el tema de la prisión; verán aquí desde *Carne de presidio* y *Expreso de media noche*, hasta *Nosotros los pobres y ustedes los ricos* y *El apando*. Naturalmente, tanto la novela del mismo nombre como *Los muros de agua*, ambas escritas por José Revueltas —en un tiempo connotado huésped de las Marías—, se hallarán a la venta entre los numerosos *souvenirs* que ofrecerá La Tienda del Penal, bazar en el que usted va a vender artículos auténticos hechos por los prisioneros de todas las cárceles más famosas del mundo. Incluso podría darse el lujo de vender algunas de las hojas volantes y otras publicaciones similares elaboradas por presos políticos del país.

Entre las áreas de interés que ofrecería el complejo turístico de las Islas Marías usted puede pensar en una Galería de Reos Ilustres, donde estarían en exhibición los

posters de figuras tales como Chucho "El Roto", Al Capone, Napoleón Bonaparte, Antonio Gramsci, Cristóbal Colón, fray Servando Teresa de Mier, Emma Goldman, Oscar Wilde, Galileo Galilei, los hermanos Soledad, Ángel Davis.

Entre las comodidades con que contaría su centro vacacional podría estar "la cámara de gases" (un sofisticado baño de vapor), "la silla eléctrica" (sillón para masajes), "la guillotina" (peluquería unisex), "el cepo" (banco especial para maquillaje, pedicure y manicure), "el pocito" (oxígeno clínico para recuperarse rápidamente de una cruda espantosa).

Debe haber un momento singular durante el día en el que todos los huéspedes de las Islas Marías participen: es el momento en que las sirenas anunciarán La Hora del Motín, en otras latitudes conocida como *happy hour*, bajo el patrocinio de la casa.

Bebidas y comidas serán presentadas con nombres alusivos. En bebidas habría, por ejemplo: *Torre de Londres on the Rocks*, el *Bastille Sour*, el *Alcatraz Libre*, y en cuanto a comidas, el menú, presentado como un acta del Ministerio Público Federal, incluiría platillos como el *Caviar Gulag*, *Ham & Eggs a la Sing Sing*, el *Soufflé Castillo de If*, el *Asado Auschwitz*, el *Picadillo Lecumberri*, el *Mole a la San Juan de Ulúa*, el *San Quintín Hot Berry Pie* y, la especialidad de la casa, el exquisito *Flambé Tres Marías*.

Hacer negocio propio con dinero ajeno

Hay hombres cuya meta en la vida es apoderarse de las cabezas de sus prójimos. Usted será el primero que aspire a apoderarse de sus pies. Poner de cabeza a todo un país será la hazaña por la cual pasará a la historia. Pero para esto se necesita algo más que 10 mil millones, organización y control. Relaciones y crédito son componentes de primera magnitud para su gran emporio zapatero. Los buenos amigos y los buenos socios se hallan: a) en los consejos de

administración de los grandes consorcios propiedad de los meros meros de Monterrey, Saltillo, Guadalajara, Sonora, Sinaloa, Puebla, el Estado de México y el Distrito Federal; *b)* en los consejos de los *trusts* manejados por *The Texas Rich* y por distinguidas familias, como los Rockefeller y los Ford, en los Estados Unidos, y sus contrapartes europeas y japonesas; *c)* en los mismos órganos de Banxico y Somex, en el país, y del Citibank, Chase Manhattan, Bank of America y Chemical Bank, a nivel internacional.

Su cuadro no está completo aún. Los políticos, de los que usted siempre ha tenido la peor opinión, también pueden resultar amigos a distancia y hasta socios. En esto debe ser fiel a la máxima establecida desde antaño por los miembros del Gran Círculo Interno: el mejor político es el político muerto. Sin embargo, tiene que ver por la expansión a toda costa de su empresa, y por lo mismo requiere combinar cautela con audacia. Apéguese en cuanto pueda a la máxima popular mexicana de que el que a buen sexenio se arrima, buena sombra lo cobija. Al parecer no dice mucho, pues hasta el cartero más modesto piensa en aplicarla a su muy particular situación. Para usted no puede tener sino un significado preciso: vincularse directamente al presidente de la república, que no es tarea fácil. En toda caso, su vía de acceso podría ser todo lo sofisticada del mundo que quiera, pero sin el menor rodeo. La fórmula es una: hágalo su socio. El día que el Gran Tlatoani de los mexicanos aparezca en público calzado con un par de regiozapatos, usted, simple y llanamente, ya la hizo. Y sólo tendrá que esperar a que en las revistas y periódicos de prestigio internacional se diga que el presidente de México es uno de los hombres mejor calzados de la Tierra para que su industria zapatera empiece a cobrar rango de transnacional.

En adelante podrá preocuparse de cualquier cosa, excepto del crédito para la necesaria expansión de su *trust*. Todos los bancos del país (ahora seminacionalizados) y del mundo estarán dispuestos a prestarle sumas astronómicas en pesos y dólares. Aprovéchese. Compruebe que el caca-

reado desprestigio y la muy sonada insolvencia de México son un mito. A México le han prestado, le están prestando y le seguirán prestando dinero porque no les queda otra. La deuda del país no podría ser pagada ni con las pirámides de Teotihuacán, pero eso no será obstáculo para que le sigan haciendo buena la firma. Los Estados Unidos necesitan un vecino que en nada se parezca a los conflictivos países centroamericanos, que, como usted seguramente sabe, se hallan bajo el acecho de las afiladas garras del comunismo internacional. Si a usted y a su empresa los identifica la banca internacional como enemigos implacables de tales garras, su posibilidad de obtener un mayor crédito aumentará. Asuma usted una actitud de absoluta incondicionalidad a la política de Wáshington al respecto y olvídense, sus líneas de crédito podrán ser tan abiertas como las de los Meros Meros. Endéudese, pues, hasta la coronilla. Enriquecerse con el dinero de los demás sigue siendo el mayor negocio jamás inventado.

Su empresa: esencia de la patria

Una empresa, no importa de qué tamaño, si no crece constantemente pierde su razón de ser. Pero también la pierde cuando su crecimiento no va a la par de su influencia social. Quítele a los Estados Unidos la General Motors o la Ford, o a Francia quítele la Renault, o a Alemania la Volkswagen, y será como quitarles a estos países la mitad de su fisonomía. Como es fácil de comprender, los mismos no permitirían que eso sucediese. Contra viento y marea, sus gobiernos harían hasta lo imposible por mantenerlas. Es ni más ni menos lo que haría el gobierno mexicano respecto de PEMEX.

Usted, pues, debe hacer todo lo que esté a su alcance por crecer de tal manera que los ingresos de su industria lleguen a identificarse con los intereses de su patria. La patria, qué bueno que ya lo adivinó, es el país elegido por uno, siempre y cuando le permita ganar dinero.

Esfuércese por hacer que la sociedad mexicana vaya adquiriendo la idea de que renunciar a su *trust* zapatero equivaldría a dejar que el águila y la serpiente abandonaran el sitio donde se les ha visto posando años y años, y reducir el símbolo del escudo nacional a un nopal triste y solitario. Para que así ocurra, es preciso que los mexicanos no sólo vean a su empresa como parte consustancial de la nacionalidad desde el punto de vista de las necesidades materiales que satisfacen, sino como un modelo de conductas, preferencias, metas; en suma, como un modelo de vida.

Titánico puede parecerle este reto, pero aquí es donde usted tendrá que probar que de lo árido e inhóspito de su terruño, que de las carencias ecológicas y el relegamiento geopolítico a que lo ha sometido el centralismo imperante, habrá de surgir el México nuevo. Un México totalmente calzado con los originales estilos de zapatos que ha producido su desarrollada tecnología. Un México erizado de chimeneas con dos evidentes capitales: la industrial (Monterrey) y la burocrática (el Distrito Federal). Un México ajeno a todos los contagios provenientes de los países descalzos al sur de su frontera e integrado mediante lazos armoniosos a las naciones lideradas por la trilogía Washington-el Vaticano-Tokio. Un México amante del orden, la paz y la productividad. Un México genuinamente fincado en los valores de la familia, la prosperidad privada y la religión. Es decir, un México hecho a la imagen y semejanza de su empresa, que estará hecha a la vez a imagen y semejanza suyas.

¿Cómo alcanzar ideal tan elevado? La clave está en la educación. Puede sonarle muy abstracto. Concretemos. En primer lugar usted debe resolver el problema de quién educa, en seguida el de qué educar, y, finalmente, el de quiénes serán educados. Por lo que hace a los primeros problemas, no ofrecen en realidad dificultad para resolverlos. El que educa es usted y lo que va a educar es lo que, simple y llanamente, desea que los demás hagan y piensen. El tercero no constituye un obstáculo insalvable, pues el proble-

ma de quiénes serán educados podrá ser resuelto por usted si logra que ellos sean, además de sus hijos, sus trabajadores, sus clientes, sus colegas, sus amigos del gobierno, sus conciudadanos y también su pueblo consumidor del calzado.

Con sus hijos todo irá a pedir de boca, pues sólo dependerá de que usted sepa dosificarles los premios de las escaleras por donde se sube y los castigos de las serpientes por donde se baja. En el nepotismo hallará usted la escuela ideal para conseguir que su modelo educativo familiar tenga éxito: hijos, sobrinos, nietos, yernos y ahijados querrán alcanzar matrícula en ella y sacar siempre las mejores notas, a fin de asegurar su promoción y aventajar a los demás en la fiera competencia de la cual usted es el juez supremo. Un juez que con su ejemplo enseña a respetar las jerarquías, a no tutearse con cualquiera, a cumplir con los roles asignados y a realizar la misión empresarial que le ha sido encomendada por un Alto Destino a la estirpe encabezada por usted. Con sus trabajadores es donde empiezan los bemoles. Como normalmente ocurre, no sólo los trabajadores piden empleo, sino que exigen salarios desorbitados. Su labor consistirá, pues, en educarlos para adecuar su vida al salario que usted prudentemente determine darles. Para esto es necesario que se convenzan de lo que usted quiere convencerlos. Claro está, no es un trabajo sencillo, pues este convencimiento tiene que ver con todos los aspectos de la vida de cada uno de ellos, dentro del trabajo y fuera de éste, tanto cuando estén despiertos como cuando duermen, en estado de sobriedad o del natural enervamiento a que son tan propensos.

¿Cuál es la fórmula? Organización. Apóyese para esto en las tradiciones y tácticas de los Meros Meros.

La organización supone control. En cómo establecerlo está el secreto. Si los trabajadores sienten que las condiciones laborales ofrecidas por usted se hallan por debajo de las que ofrecen sus competidores, júrelo que nunca podrá controlar nada. Esas condiciones pueden ser en realidad las mismas, e incluso inferiores a las que existen en otras em-

presas. El meollo no reside absolutamente en las condiciones en sí, sino en la forma de educar a los trabajadores para que ellos las vean y las sientan como usted lo ha planeado.

Un magnífico recurso es conseguir que los trabajadores creen pertenecer a la empresa en la medida en que la empresa, aunque sea en una millonésima parte, les pertenece a ellos. Desde que ingresan a la negociación deberán encontrarse con que todo mundo habla en la primera persona del plural: nuestra compañía, nuestra producción, nuestras ventas, nuestras metas, nuestras ganancias. Ahora bien, ellos verán que algo hay de esto, pues usted será lo suficientemente hábil como para darle sustento a la idea que está detrás de estas expresiones. La empresa les regalará sus uniformes; les becará a sus hijos para que estudien en el CAEM; les proporcionará la despensa de la semana a precios menores a los que venden los abarroteros de la ciudad; les fincará viviendas en colonias aisladas y no muy populares que ostenten el nombre de esta o aquella empresa de su propiedad y, desde luego, a un bajo costo y en facilidades de pago debidamente calculadas por su constructora; los atenderá cuando enfermen o sufran un accidente de trabajo en sus clínicas; se hará cargo de su afición al futbol o a la guitarra a través de clubes deportivos y culturales que mantendrá sin costo alguno para ellos; les asignará una catequista a sus hijos para que puedan hacer la primera comunión y les pagará el costo de la boda, las pequeñas vacaciones o el campo de verano de los chicos. En una palabra, se hará cargo de sus vidas como si fuesen hijos adoptivos a los que acoge en su gran seno familiar. Su empresa, así, vendrá a ser como una madre dadora de empleo, de bienestar y de conciliación, mientras que usted aparecerá como un padre magnánimo y todoprevisor.

Si usted todo les da a sus obreros, ellos nada le pedirán. Empiece por darles un sindicato, que es una de las primeras cosas que no sólo piden, sino que exigen. Pero también, a la par, déles las formas, pensadas por usted, para que lo organicen. Requerirán un local para su sindicato. Déselos

también. Querrán tener sus líderes, por supuesto. Pues lo mismo, proporciónese los. Los líderes a su vez se sentirán merecedores de algunas ventajas sobre sus compañeros. No vacile, otórgueles más de las que pudieran pretender. Acuérdesse del adagio: "Líderes contentos, trabajadores quietos". Que es precisamente lo que usted necesita: cero huelgas, cero rebeldías, cero demandas y cero agitaciones.

Pero suponga que a pesar de todas sus providencias para mantener a sus trabajadores tranquilos, contentos y productivos, cierto día un grupo de ellos, picado de ideas comunistas, extranjerizantes y ajenas al sentir de su empresa, le provoca una agitación en alguno de sus establecimientos. Su respuesta a este tipo de disturbios tiene que ser centellante como rayo de Zeus y firme y monolítica como pirámide de Keops. Nada de concesiones. Usted no dialoga bajo presiones ni transa con agitadores. Cualquier debilidad de su parte será considerada como un signo de derrota. Y ésta, como se lo ha jurado usted mismo, será lo último que vean sus ojos mientras les queden fuerzas para parpadear. En este tipo de conflictos su consigna no deberá ser otra que la muy conocida y eficaz del aplastamiento. Las experiencias acumuladas por sus prototipos en este renglón deben ser motivo de análisis cuidadoso por parte de sus asesores laborales. De mucho le servirán.

A los alborotadores búsquelos el lado flaco. Lo hallará en sus familias. Consiga llegar a sus esposas, madres o parientes más cercanos. Que queden advertidos del grave peligro que corren bajo la perniciosa influencia de individuos que intenten atraerlos hacia sus aviesos propósitos contrarios al orden, la religión y la familia. Que sean sabiamente aconsejados sobre la necesidad de instarlos a no caer en sus garras. Que perciban el riesgo de verlos quedarse sin trabajo, sin las magnánimas prestaciones otorgadas por la empresa y boletinados como malos elementos que no podrán encontrar empleo en ninguna otra parte.

Si esta táctica de persuasión -que no tiene otra mira que la de preservar la armonía entre la familia de trabajadores y

patrón no obtiene los resultados que de ella se esperan, recurra a sus medios de comunicación para que éstos denuncien los vicios de los desestabilizadores y, en consecuencia, lo ilegítimo de su pretensión. Exhibirlos moralmente restringirá sus excesos y los hará recapacitar.

Si lo anterior no hizo que las aguas volvieran a su cauce, lo más conveniente podría ser llamar bajo cuerda a los líderes empecinados y ofrecerles una apetitosa promoción, así como ciertas ventajas materiales que casi siempre logran disuadirlos de sus ansias de notoriedad. Que sepan que usted no se chupa el dedo: todos los líderes son corruptos y corruptibles.

Su mejor arma, desde luego, es la férrea voluntad de resistir. Deje que los agitadores sientan la falta de fondos y el cansancio de andar trajinando de un lado para otro como acostumbra. Que se consuman en su propio caldo. Sin embargo, nunca está de más la participación de los trabajadores más fornidos y leales a la empresa. Casi instintivamente, pues sabrán que cuentan con el apoyo moral -y por supuesto material- de sus patrones, ellos se encargarán de enfrentarse a los revoltosos con el fin de que depongan su actitud levantisca. Naturalmente, en este tipo de situaciones, nadie debe extrañarse de que pueda haber choques y golpes, dado lo caldeado de los ánimos.

No dude de que a veces le resultarán trabajadores y líderes recalcitrantes que se nieguen a aceptar lo que la empresa les ha ofrecido con el propósito de resolver el problema y no alterar la producción, que es la base del bienestar y la tranquilidad de obreros y patrones. Cuando esto ocurra, no se ande con miramientos, y a los que asuman esa actitud simplemente despídalos. Ellos se lo habrían ganado. Cesándolos no sólo le habrá hecho la empresa un favor al resto de los trabajadores, sino a las otras empresas, pues lo más seguro es que los rebeldes estén infiltrados por conocidos agentes de la rojería internacional.

Los despedidos son como perros rabiosos que se vuelven contra el amo que una vez les dio de comer. Tradicional-

mente se convierten en activistas de tiempo completo y dedícense a intentar acciones de orden subversivo para presionar a la empresa a que los reinstale, por lo menos. En ocasiones, incluso, llegan a contagiar a sus demás compañeros, y ahí es donde usted debe estar prevenido. El día que en alguna de sus empresas los amotinados llegasen a formar un sindicato rojo al que ni siquiera la CTM pudiera controlar, olvídense, ya no diga su empresa o corporativo, sino su propio nombre se hallaría en graves riesgos. Imagínese la reacción de Grandes Apellidos ante tal desaguisado. Usted y nadie más que usted sería el culpable de que en Monterrey se creara un foco de insurrección laboral de dimensiones catastróficas.

Habrá llegado la hora de recurrir a sus amistades políticas. El gobernador del estado, por ejemplo. La necesidad de que la paz social sea mantenida a toda costa será un argumento de gran peso para que este funcionario actúe en consecuencia. De gran ayuda, pues, le será a la empresa la participación de policías y granaderos en el afán de reducir al orden a los facinerosos, o por lo menos en el de amedrentarlos para dispersar su actividad sediciosa.

Seguramente las autoridades locales cooperarán con la empresa dispensadora de fuentes de trabajo para resolver el conflicto de la mejor manera. Con aplicar la ley rigurosamente para enviar a la cárcel a los rojetes o con hacer funcionar a las juntas de Conciliación y Arbitraje de acuerdo con criterios de colaboración bastará para dismantelar el plan conspirativo y extranjerizante de los disidentes.

Puede ser que la actitud positiva del gobierno para resolverle el problema implique cierto entendimiento entre el mandamás local y usted respecto de ciertos negocios. No desestime esta posibilidad y las coinversiones que puede traer aparejadas. Los mandamases de la política suelen ser hombres prácticos y buenos entendedores a pocas palabras. Recorra en el último de los casos a ellos. Es posible que aun extirpados los tumores cancerosos de la empresa intenten a pesar de todo contagiar a los elementos sanos

leales a ella. La valiosa labor que en estos casos puede desempeñar la policía le evitará dolores de cabeza, además de que a los ojos de los sediciosos ya no aparecerá usted como el único villano.

La moraleja es simple: endose sus problemas, siempre que pueda, a sus amigos los políticos. Para eso están.

Para épocas de crisis

Usted ha hecho muchos millones. Tal vez más de los que sus enfebrecidos sueños de fortuna le llevaron alguna vez a calcular. Empresa tras empresa, su imperio económico creció tanto que el país le quedó chico y tuvo que desbordar sus fronteras para extenderse a buena parte del mundo. Si Carlos V hubiera contado con un jet corporativo se habría tardado menos en recorrer sus dominios que usted en recorrer los suyos. Su logo, como el de la Coca-Cola, ha empezado a ser visto con frecuencia por los peatones y televidentes de los cuatro puntos cardinales (si de algo se ha podido sentir usted orgulloso es de la señal de satélite que ha logrado hacer llegar a los dos continentes, cuyos mercados han sido conquistados por sus productos: América y Europa).

Todo ha ido viento en popa, como muy bien lo han dado a conocer desde *Playboy* hasta *The Economist*, desde *Cosmopolitan* hasta *Business Week*, desde *Paris Match* hasta *Selecciones del Reader's Digest*, en las entrevistas que han publicado de usted los connotados reporteros con quienes sus publicistas han sabido estrechar desinteresada amistad. Sin quererlo, se ha ido acostumbrando a verse con el mismo traje, la misma corbata, la misma postura y el mismo gesto en la fotografía oficial para la que posó, como si en lugar del experto fotógrafo contratado en el extranjero hubiera estado el famoso escultor Daumier, quien popularizara en el mármol a Napoleón Bonaparte.

Sí, el éxito se instaló de lleno en su vida. Su corporación

ha clasificado, disputándole el liderazgo a Pemex, entre los primeros lugares de las 500 empresas más poderosas del mundo fuera de los Estados Unidos.

Ha disfrutado el gusto del poder y de la fama. Se ha rodeado de todas las comodidades y lujos imaginables que millones y relaciones pueden permitir. Ha conocido a presidentes y ministros de países ricos, y también a los de algunos países en vías de desarrollo, como su propio país; a los grandes magnates internacionales y a los más destacados *money lenders*. A los créditos en dólares de estos últimos debe en parte muy considerable la expansión meteórica de su corporación. Para decirlo en pocas palabras: les debe. El problema es que cada vez más, y todos los miles de millones producidos por sus empresas no alcanzan para pagar los grandes, enormes, desorbitados intereses de esos dólares que pidió prestados a todas las decenas de bancos que vieron en su firma un suculento sujeto de crédito, cuyas acciones se cotizaban en la bolsa de valores a precio de oro.

Se ha dicho que los césares sólo pensaron en perder su poder cuando ya lo habían perdido. ¿Ha echado usted últimamente una mirada a su alrededor? ¿Le han dicho algo los ahorros paulatinos que el departamento de planeación económica de su corporativo ha empezado a sugerir? ¿Se ha enterado de que los MMs han decidido reducir su flotilla de jets en memoria de la austeridad con que se comportaron sus antecesores? ¿Le han llegado a usted las noticias de que la nueva política en las empresas de sus prototipos se ha enfocado a reducir drásticamente sus gastos de publicidad?

Es posible que sus subalternos lo mantengan mal informado y que usted poco sepa acerca del súbito interés que han mostrado los dueños de las Empresas Fundadoras en invitar a los representantes de la banca internacional para participar junto a ellos en los consejos de administración, e incluso en cederles, por cortesía, los puestos de mando más importantes. Usted jamás ha pensado en permitirse este tipo de cortesías ni con una pistola apuntándole a la cabe-

za. Pero menos llegó a pensar que sus ídolos tuvieran que ser tan corteses. Siempre le pareció que su poder era un poder autónomo, fincado en capital propio y más regiomontano que el Cerro de la Silla, convertido en una más de sus propiedades.

Más vale que se asegure. Cerciórese de que no es víctima de la desinformación y de que su emporio no se halla corroído por la insolvencia, esa noche wagneriana que de pronto convierte a los poderosos en menesterosos, a los opulentos titiriteros en pobres marionetas, a los arrogantes que una vez creyeron tener el mundo en sus manos en sumisos pedigüños. Revise personalmente sus estados financieros para asegurarse de que esas cifras fabulosas de las que usted ha tirado sobre sus blancos como gatillos de metrallera no han sido alteradas (o *maquilladas*, según su propio lenguaje) por los jefecillos de sus empresas que se han querido hacer la competencia entre sí para conseguir promociones, imagen y canonjías.

Quizá usted no lo sepa y se halle ya al borde de la quiebra. Si así fuera, que Dios lo agarre confesado. Quebrar, en Monterrey, significa no sólo un tropiezo personal o una eventualidad técnica; es, ante todo, romper la tradición, fallarle a la historia del éxito y lanzar al precipicio el alto nombre de una estirpe, y la economía de un país. Quebrar es como una maldición que se lleva pegada al sueño y a las propias iniciales, no importa que aquél se trate de conciliar en San Antonio, Texas, o en Londres, y que éstas se estampen en cualquier lugar del mundo donde no se sepa ni siquiera cómo se pronuncia Monterrey.

Usted tal vez no está enterado de que los Muy Muy estuvieron preparados para todo menos para enfrentar la realidad de un país que no son los Estados Unidos ni una de sus sucursales, a pesar de sus esfuerzos para que así fuera. Tal vez desconozca también que el PUP, en secreto, ha elaborado una nueva categoría especialmente dedicada a su grupo: La Élite de los PPs. La membresía del PUP correspondiente a tal categoría se caracteriza por haber sido

la que más caro pagó su ingreso a este singular partido.

Revise sus cuentas, pero revise también su conciencia. Pregúntese usted mismo si la expansión de su imperio empresarial no se ha basado en créditos e inversiones bursátiles conseguidos mediante el conocido expediente de los números inflados. Pregúntese si no ha revaluado sus activos, sus acciones y su efectivo en caja para dar la idea de una capacidad productiva y de pago, y de un respaldo material a sus operaciones financieras que en realidad no tiene. Pregúntese si a la hora de la verdad no dejaría usted embarcado a todo mundo, desde la empleadita que puso todos sus ahorros en las acciones supersónicas de sus empresas y su ilusión en la confianza que le inspiraba el éxito ilimitado de las mismas hasta los grandes banqueros que se fueron con la finta a la Cecil B. de Mille montada por su publicidad. Pregúntese, finalmente, si no fue su persona la que se deslumbró con el succulento curricán envuelto en dólares que la banca internacional le lanzó para que se engolosinara con él, agarrara cuerda y al cabo pudiera practicar con usted, y con todos sus congéneres empresariales y socios gubernamentales, la espectacular y nunca bien fotografiada pesca del pez vela.

Enemigo jurado de los números rojos -a excepción de aquellos que en las ruletas de Las Vegas alguna vez le han dado a ganar a sus *gamblers* bonitas sumas-, jamás ha pensado verlos registrados en los libros de su contabilidad (ni la abierta ni la secreta). Pero no se confíe, si a las mejores firmas le ha llegado la hora de la crisis y han quebrado, la suya quizá no pueda ser la excepción. A las propias empresas de los Meros Meros les ha empezado a llegar la lumbre a los aparejos. Ni modo, ponga sus barbas a remojar.

En uno de esos momentos raros de autorreconocimiento, usted se dirá que, si la sangre llega al río, por mal que le vaya su situación no sería tan comprometida como la de Grandes Apellidos. Usted perdería lo que ha hecho por sí mismo, mientras que ellos perderían lo que sus ancestros lograron acumular. Podría parecer igual, mas no lo es. Su

estirpe con usted empezaba, la de ellos -la de Los Escogidos- con ellos terminaría. No es lo mismo quebrar con lo propio que con lo heredado.

Pero no, ni usted ni ellos se resignarían jamás a perder lo que el dinero permite: disponer y mandar. Pugne por prevalecer en la cima, aunque para ello tenga que empeñar en el Monte Pío transnacional todas sus empresas. Si no llega a recuperarlas, como es lo más seguro, ábrale las puertas al capital foráneo. Véndale a los inversionistas extranjeros las empresas que usted compró en quiebra -para ahorrarse pagos al fisco- y que nunca pudo levantar ni con la sábana santa de préstamos millonarios. Y si no se las quieren comprar, véndales las productivas, véndales su alma, su país con todo y sus mares territoriales y su espacio aéreo, su orgullosa orografía, su maravilloso folclor y sus fiestas patrias. Véndales todo, aunque su popularidad quede tres metros bajo tierra, pero conserve su jerarquía. A veces esto puede conseguirse asociándose *ad honores* con los banqueros dueños del dinero que antes era de usted, pero que tuvo que transferirles, por obligación moral, en forma de interés y capital. Una fórmula sería convertirse en el conducto ideal para unificar las economías de México y los Estados Unidos en una sola contabilidad: Lo gratificarán de ambos lados, y luego le premiarán sus servicios. A lo mejor y hasta un día se gana el nombre de *Cachorro de la Industrialización*.

Un nuevo verbo para usted: camisetear

Sitúese. Imagine que ya quebró. ¿Se va a tirar desde el *penthouse* de su edificio corporativo al vacío? Sería tonto. A los que lo hicieron en el *crack* de 1929, por ejemplo, no les fue muy bien que digamos, y en todo caso ninguno de ellos pudo volver a informar nada acerca de su suerte. Sería preciso tomar otras medidas, incluso algunas hasta ahora inéditas. Una de ellas podría ser amenazar con vender su

corporación a inversionistas extranjeros con el objeto de presionar al Estado mexicano para que, por debajo del agua, absorbiera sus deudas. Pero supongamos que éste, al igual que su empresa, anda en las mismas. Bueno, pues entonces recurra a un golpe de audacia. Ingénieselas para aparentar que se deshace de todas ellas y luego dé un giro radical a su carácter de empresario privado. Cambie de camiseta. Ponga entonces toda su experiencia y capacidad empresarial al servicio de la nación. Llegue a un acuerdo con su máximo amigo político considerando todo lo que usted ha hecho por industrializar en serio al país y pídale que lo haga director de Pemex. Ahora ser empresario es la mejor carta de presentación para conquistar altos puestos administrativos en el aparato oficial. Si no logra que la montaña venga hacia usted, vaya usted derecho a la montaña.

Hasta ahora, muchos políticos, convencidos de que también los puestos burocráticos se conquistan con dinero, han sido tentados por los negocios y se han vuelto empresarios. Por el contrario, no muchos empresarios se han hecho políticos. En el caso de los industriales esto ha sido todavía más raro. Esta conversión ha resultado prácticamente insólita en Monterrey. No dude por ello de que su nueva posición causará un verdadero escándalo. Pero usted, que todo lo ha sabido aprovechar en la vida, aproveche también esta ocasión escandalosa para hacer de ella un buen negocio. Quizá el mejor de su vida.

Sus relaciones con la Gran Élite de Monterrey han sido exitosas. Pero siempre hubo una uñita, un pequeño pero claro espacio de diferencia que los miembros de su *Royal Enclosure* siempre le han hecho sentir a usted. El canon establecido de juntos pero no revueltos parecía ser algo ya superado hasta que no se presentaban momentos clave. Entonces se le excluía con sutileza que a veces (maldita sea) usted tuvo que agradecer. El abolengo se imponía por encima de sus esfuerzos y de su capacidad creadora. Y no era cosa de comprar títulos nobiliarios, como lo han hecho algunos po-

tentados texanos, pues habría hecho el ridículo. Los Meros Meros, ésas no se las tragan. Lo cual no dejó de producirle grandes frustraciones. Con su dinero, usted pudo comprar más de uno. Muchas veces tuvo que renegar. ¿Qué diferencia había entre su dinero y el de ellos, si al fin y al cabo ambos habrán sido amasados de la misma tenebrosa y persistente manera? La diferencia era, a simple vista, lo viejo de la fortuna de ellos y lo nuevo de la suya. Sin embargo, a usted siempre le quedó la impresión de que había algo más detrás de esta apariencia. ¿Qué era? En algún momento usted llegó a pensar que se trataba de una sorda conspiración entre el tiempo y los Meros Meros. Mas ¿qué certidumbre podrá haber? A esto le ha dado vueltas y vueltas en la cabeza, y lo más probable es que nunca llegue a dilucidar incógnita tan molesta.

Cambiar de camiseta será para usted un muy justificado desquite a esa arrogancia mayor que la suya con la que fue tratado. A Grandes Apellidos les causará un buen entuerto que además se tendrán que callar, pues tampoco ignorarán la conveniencia de tener a uno de los medio-suyos en un lugar prominente de la Familia Revolucionaria. Sería la primera vez que alguien, desde dentro, les paga con la misma moneda.

Con usted mejor que con ninguno sabrán que les será posible transformar Pemex en una empresa cuasiprivada. En esto no podrá negar su habilidad y buena suerte. Antes, con ellos, usted estaba de acuerdo en que el Estado sólo debía dedicarse a cuidar de la buena marcha del país sin inmiscuirse en la economía; ésta debía ser actividad exclusiva de los particulares. Ahora su visión habrá cambiado, aunque no mucho. Está bien que el Estado sea el rector de la economía siempre y cuando las empresas paraestatales se hallen en manos de empresarios privados, o al menos formados con criterios empresariales desde el punto de vista de la iniciativa privada.

Mérito grande será que usted se convierta en el primer empresario de *altos vuelos* que llega a un puesto estratégico

dentro de la política nacional. Le tocaría inaugurar una nueva etapa de acercamiento e intercambio entre el sector público y el sector privado. Sería un buen indicio, además, de que el país abandona el subdesarrollo para entrar de lleno por la ancha vía de las sociedades afluentes de las que Estados Unidos es el mejor ejemplo. Usted vendría a ser, ni más ni menos, que el primer Rockefeller mexicano. Y tal vez, si la suerte y el país le favorecen, con mejores perspectivas que aquél. De director de Pemex no sería difícil que pasara a ocupar el cargo de secretario de Energía en el sexenio siguiente, y luego, desde este codiciado puesto, el máximo sitio de la política mexicana: la presidencia de la república. ¿Para qué desear entonces blasones linajudos?; ¿para qué pretender formar parte de los Meros Meros de un solo lugar cuando se está en condiciones de aspirar a transformarse en el Mero Mero de los mandamases? Pues de lo que se trata no es de pertenecer a este o aquel círculo, sino de no hacer nunca colas ni antesalas. Antes, usted tuvo que hacerlas; ahora les tocará a otros, entre ellos a los Meros Meros de su terruño. A éstos tuvo que pedirles audiencia en más de una ocasión; en adelante serán ellos quienes se la tengan que pedir a usted. Sería simplemente soberbio, ya que usted se sacaría así la vieja espinita.

De la grilla a la Silla

El olfato que usted desarrolló en los círculos empresariales para saber cuándo y cómo hacer las cosas tendrá que agudizarlo más aún en su nueva posición. De avorazados y faltos de tacto político para hablar o para enriquecerse de más se hacen los chivos expiatorios de la política mexicana. Prefiera ser socarrón que acelerado; prefiera la disciplina que el canto de las sirenas. El chiste no es llegar, sino mantenerse. Espere su turno. Igual que para llegar a ser un Mero Mero, si ahora pretende convertirse en el mandamás de los mandamases, pruebe -o al menos aparente probar- su eficacia, su

sentido de la organización y su don para la productividad. Los tiempos han cambiado y los políticos de la vieja escuela, buenos para acarrear ganado matraquero, para inflar votaciones e inaugurar obras públicas inconclusas, están de salida. Se ha iniciado la nueva era administrativa; ésta requiere hombres forjados en el diestro trato con las computadoras.

Las ventajas de pasarse al sector público no son pocas.

Conjugando el binomio empresario-funcionario tendría todas las de ganar. Proveedor y comprador, cliente y administrador, causante fiscal y dispensador de exenciones serían uno y el mismo, o sea usted. El funcionario contrataría los servicios del empresario, éste a su vez compraría las materias primas del funcionario al que luego se las volvería a vender ya procesadas a precios preferentes, por lo cual obtendría estímulos de todo orden. En fin, ambos se complementarían tan bien que no habría necesidad de discutir nada. Hablar de negocios sería para usted cuando mucho hablar con la almohada.

Y ahora véase ya como ministro, pues al ser llamado para dirigir la máxima paraestatal automáticamente le habrán dado el pase para ocupar la Secretaría de Energía o cualquiera otra de similar importancia. Con usted el sistema trataría de reivindicar figuras en otros tiempos sacrificadas en el Coliseo de la moral para aplacar a las muchedumbres sedientas de ver correr sangre.

En su primer día de funciones como secretario de Estado declare su lealtad al presidente de la república, que es a quien debe el genial dedazo. Manifiéstese contra el futurismo, al mismo tiempo que inicia su campaña presidencial. Esta campaña consistirá en no precipitarse y en desplegar un enorme trabajo de compromisos y alianzas con los resortes claves que le abrirán el camino hacia la Grande: el Departamento de Estado de los Estados Unidos, en primerísimo lugar, y los *Big Shots* del FMI, el secretario de la Defensa Nacional, los representantes cúpula de la empresa, el arzobispo primado de México y los cardenales en turno,

el jefe de la CNOP (ya para entonces lo más probable es que le hayan quitado a usted —y al país— de en medio a la entrometida CTM, para no hablar de la fallecida CNC) y los jerarcas del PAN, el presidente del *Opus Dei* y los dirigentes del MURO y de los *tecos*, los adalides de la Unión Nacional de Padres de Familia, del Consejo Nacional de Laicos y de las Falanges Tradicionalistas Mexicanas.

El éxito de su campaña sexenal se basará en una de las virtudes que usted aprendió de los Meros Meros de Monterrey: el secreto. Espere a que todas las fuerzas con las que usted se ha comprometido hagan sentir su opinión sobre su amigo y jefe, el presidente de la república, y a que éste, en un acto solitario y unipersonal, lo nombre su sucesor. Usted quedará obligado, en correspondencia a tan histórica decisión, a cuidarle las espaldas. Pero sólo las espaldas. El frente se lo dejará deliberadamente descubierto para que se lo hagan pedazos, según la tradición lo indica.

En realidad su campaña electoral para la presidencia de la república será en sí su primer acto de gobierno. Desde el momento en que sea destapado por el Partido del Cambio Fijo, a través de la CNOP, desde ese mismo momento —e incluso antes— usted se estaría haciendo cargo de las riendas del país.

Que se inicie la campaña y a mandar se ha dicho. Su plataforma política será puesta en manos de los mismos publicistas que vendieron mundialmente su imagen y la de su empresa. Ungido, ya podrá actuar más abiertamente como el empresario que nunca ha dejado de ser. Claro, con pequeñas variantes: antes anunciaba zapatos y zapatos era lo que vendía; ahora anunciará cambios sustanciales en los hábitos alimenticios de la población y altos niveles de equidad en todas las capas y sectores sociales, a sabiendas de que nada de esto será posible llevar a los hechos.

Su temple de recio administrador ya lo hará patente al establecer una comisión contralora que vigile rigurosamente el destino de todos los obsequios de los políticos, aportaciones de los particulares y diezmos oficiales manejados

para la realización de su opulenta campaña. Sólo por curiosidad encomiende a esta comisión, de manera especial, la cuantificación de los recursos aportados por los **Meros Meros**. Esté usted seguro de que serán los de mayor monta.

Ser presidente de la república le significará no sólo seis años de decidida entrega a los más altos intereses de la nación sino saborear prolongadamente la época más deleitosa de su vida.

Como padre de familia le resultaría estupendo. Sólo tendría que reunirse con su familia una sola vez al principio de su mandato: en el momento de posar para la fotografía oficial. Aquel viejo rito de mantener a toda costa la imagen de una familia unida habrá pasado a ser cosa de la historia. Y en cuanto a la incómoda situación de la monogamia a ultranza que debía mantener con su mujer en su papel de aspirante a Mero Mero, olvídense. En su nueva condición podrá tener acceso a varios bocadillos de cardenal, como solía hacerlo en sus buenos días de conductor de autos *sport* alguno de sus predecesores, o a una o más funcionarias de su régimen o esposas de sus secretarios de Estado, como fue costumbre también de otro de los que lo antecedieron en la Silla.

Seguirá siendo hipócrita, pero mucho menos que antes. A un presidente de la república todo se le ve bien. En él lo feo es bonito; lo malo, bueno; lo torpe, sabio; y lo ignorante, erudito. Nada tiene que fingir, salvo las afectuosas relaciones con su mujer.

Todo lo que no se pudo divertir como empresario aspirante a la Gran Élite ahora podrá hacerlo sin tapujos ni autocensuras. No habrá dedo que lo señale. Podrá reírse por partida doble: de sus antiguos congéneres practicantes de las virtudes públicas y de los vicios privados, estirados por fuera y superflexibles por dentro, y de los políticos tradicionales que reniegan de la empresa y de la Iglesia, y que a la vez hacen grandes negocios y cumplen mandas subrepticias para que les vaya mejor en ellos.

Su acceso a la presidencia de la república le fue facilitado por algo que usted antes quiso ocultar a toda costa: su

origen social. Un empresario miembro de la Noble Estirpe Regiomontana no habría tenido la más mínima oportunidad de llegar al poder. En cambio usted, sin otro abolengo que el de su propio esfuerzo y todavía visibles las huellas de su pasado humilde -jamás pensó que el detestable populismo de la política mexicana le serviría para nada bueno-, estuvo en plena aptitud para conquistarlo. Lo más regocijante de esta paradoja es que usted será reconocido tanto por parte de quienes antes lo vieron por encima del hombro a causa de su falta de estirpe como por quienes pretendieron mantener a los empresarios fuera del juego político. Al final de cuentas, sus antiguos y renovados colegas, que por mucho tiempo mantuvieron como consigna la de ser apolíticos, se sabrán ampliamente representados por usted; es más, considerarán que han llegado a donde por décadas anhelaron llegar, si bien por otras vías. Y en cuanto a sus más recientes correligionarios y cuates, con usted en el poder abandonarán de una vez por todas su vergonzante actitud hacia los negocios, y de paso hacia la Iglesia que se hermana tan bien con la empresa. Ahora sí podrán mostrarse sin disfraz como buenos miembros del *Opus Dei* y del IPADE que son. Es más, podrán hacer ostentación de ello. Y proselitismo. En su gobierno, la separación de Estado e Iglesia -nefasta herencia jacobina de Juárez- podrá usted flexibilizarla sin temores hasta desaparecerla. Contará con el apoyo de estados tradicionalmente devotos, como lo son Puebla, Jalisco, San Luis Potosí y Nuevo León. También contará con el apoyo de las mayorías desesperadas por el hambre, que verán en el pecado la causa de su pobreza y en vez de sublevarse se entregarán de lleno a penitencias masivas. En este sentido, el Partido Acción Nacional y el Partido Demócrata Mexicano podrán ser de gran utilidad para orientarlo. De lo que se trata es de equilibrar las fuerzas para mandarlas, y así poder combinar el respeto al principio de autoridad con las condiciones más propicias para la inversión nacional y extranjera. Como es imposible erradicar la corrupción y el Partido del Cambio Fijo es incon-

cebible sin las concesiones y atributos que ella implica, se requieren frenos morales, y éstos los encontrará usted en los partidos de inspiración religiosa.

Lo que ya intuí desde el momento en que cambió de camiseta podrá comprobarlo plenamente: la presidencia de la república es el negocio más próspero y redituable de cuantos hayan sido jamás inventados en sistema alguno. Los riesgos que toda empresa implica aquí desaparecen. Sus pérdidas, en caso de registrarlas, serán absorbidas solidaria y patrióticamente por todos los habitantes del país. Los créditos para su expansión serán autorizados de antemano y conseguidos con el aval de todas las reservas de crudo y demás recursos naturales de la nación. Y por lo que hace al pago de los mismos, el futuro se encargará de cubrirlo, incluso a un plazo tan cómodo que para cuando esto ocurra usted ya sólo vivirá como nombre de calles, presas y villorrios, y en el bronce venerable de las estatuas cívicas que en todas partes habrán de erigirle; con mayor entusiasmo que en ninguna otra, en la ciudad que vio surgir su emporio empresarial. Lo más interesante de todo será que sus inversiones, realizadas con ahorros propios, regalos desinteresados, aportaciones de funcionarios y líderes leales, empréstitos exentos de molestos trámites de firma y registro contable, porcentajes sobre ventas del patrimonio nacional al extranjero captados por mera simpatía y mil recursos similares más gozarán de una libertad que ni los más furibundos defensores de la libre empresa osaron soñar. Usted revelará a la clase empresarial que la presidencia de la república ha sido, es y seguirá siendo el prototipo más diáfano de la libre empresa.

Desde su posición privilegiada como presidente de los mexicanos usted estará llamado a barrer con la odiosa división entre empresa pública y empresa privada, entre intereses particulares e intereses nacionales. A través de su gestión, los negocios del Estado y los negocios de la iniciativa privada harán de la república un sistema no tan democrático, representativo ni federal, pero sí totalmente armónico.

La ciudadanía se transformará en una gran sociedad anónima y todo será como en los bellos tiempos: más administración y menos, mucho menos política. La administración pasará a primer plano y así, gracias a Dios, podrán ir desapareciendo abogados, politólogos, sociólogos, trabajadores sociales y toda esa ralea de inútiles que sólo sirven de obstáculo a la buena marcha de las cosas. Los contadores, administradores, ingenieros en sistemas, gerentes y peritos en planeación pasarán a ocupar los puestos de decisión en el aparato oficial. En consecuencia, tendrá que haber, igualmente, más administración y menos justicia (la justicia será ventajosamente reemplazada por una expedita política de promoción, reciclaje y cura). Prácticamente todos los aspectos de la vida nacional quedarán sujetos a criterios administrativos. Su régimen se significará por administrar la crisis, los conflictos de la crisis, el endeudamiento externo y el déficit presupuestario.

Habrá, desde luego, algunos sectores de la población refractarios a las prioridades administrativas y de su enconchamiento psicológico querrán aprovecharse los tradicionales agitadores para crearle problemas a su gobierno, y aun para intentar desestabilizarlo. Ante casos así, y para asegurar que los pendones de la productividad sigan ondeando inalterables en el suelo patrio, usted no deberá declinar en su afán administrativo. Simplemente suspénda les servicios, como lo hacen la Comisión Federal de Electricidad y Teléfonos de México a los usuarios cuando éstos no cubren la cuota correspondiente. Por servicios, naturalmente, tiene que entenderse todo: luz, agua, drenaje, limpia, vías generales de comunicación, orden y vigilancia, salud, educación, etcétera. Manejándose por la vía administrativa no podrán fácilmente colgarle a usted el sambenito de represor. Es posible que con los dislates anteriores que dieron lugar a la inflación ficticia de los líderes obreros, éstos finjan coludirse con los descontentadizos y profesionales de la agitación para presionar a su gobierno y obtener mayores canonjías y sinecuras de las que ya tienen. Adminístrelos también, es

decir, dosifíqueles el poder en el Congreso. O por lo menos amenácelos seriamente con ello. Verá que pronto se alinean con la política trazada por usted. La manera más efectiva de hacer que la amenaza surta los efectos buscados será la de mandar llamar, uno por uno, a los líderes más importantes. Hágales sentir todo su poder, señalándoles rudamente el enorme tramo de cola que se les puede pisar y, claro, pisotear. Que de su oficina salgan con la idea sumamente definida de que hacer algo en contra de los propósitos de usted será un crimen de lesa lealtad, que en algún momento les hará pagar con altas tasas de interés. De nada tendrá que preocuparse. Entrarán al carril. Ellos saben que el poder no lo tienen por los obreros a los que manipulan, sino por quienes toman las grandes decisiones en este país. Hombres precisamente como usted.

Frente a disparates como la reforma política y la temporización con grupos de presión surgidos aquí y allá, usted se verá enfrentado a la disyuntiva de permitir que sobrevivan y proliferen o que sean aplastados. Lo aconsejable es esto último. Pero usted no va a cometer la torpeza de echarse a la opinión pública en contra, y con ella a toda la caterva de periodistas criticones y lenguaraces que, desgraciadamente, abundan en este país. También aplíqueles los principios de la administración urdidos por su gobierno. En el caso de los partidos políticos de oposición, elimínelos mediante fórmulas de autoderrota. Que pierdan por *default*. Si nadie vota por ellos —y reducir su votación a una cantidad ridícula no será, como jamás lo ha sido, obstáculo insalvable— la ley no podrá ampararlos. Como buenos *born losers*, déjelos que se desgañiten y se ocupen de pintar bardas, que frente al partido controlado por usted nada podrán. La inexistencia es la mejor manera de anular a los enemigos políticos. Otra, para aquellos que cobran forma de madres de militantes violentos, de estudiantes revoltosos, colonos o campesinos sin tierra, es la de ignorarlos. Ponga en práctica la apatía de Estado. Ante cualquier ataque, relájese, muestre una total y absoluta indiferencia.

A los poquísimos parlamentarios de oposición es fácil neutralizarlos. Sus votos en el Congreso de la Unión se perderán en la multitud. Y este mismo, cuyos senadores y diputados en su mayoría le deberán a usted el puesto, podrá ser fácilmente convertido en la sacristía de su gobierno. Ambas cámaras se encargarán de bendecir todos los actos que de él emanen.

Su gobierno se caracterizará por ser el que mayor prestigio y crédito haya alcanzado en los círculos empresariales nacionales y extranjeros, y, sobre todo, en los *top levels* de la banca mundial. Gracias, claro, a la orientación de su política, al férreo control de su administración sobre las exageradas demandas de las mayorías, siempre peligrosas para la necesaria estabilidad social.

Todo lo que tendrá que hacer como presidente de la república no variará un ápice de lo que hizo como empresario aspirante a Mero Mero: contraer deudas estratosféricas, crecer internamente con el dinero del exterior, hipotecar el presente y el porvenir del país. El auge —real o ficticio— tiene la virtud de ocultar los errores que la depresión pone fácilmente al descubierto. Cometa todos los errores que quiera, excepto el de ser el gobernante de un país harapiento.

En un futuro no muy remoto, usted podrá ser el presidente de los mexicanos por la gracia de Dios. Para esas alturas los numerosos cambios que se le habrán hecho a la Constitución darán cobertura necesaria a otros cambios más que hagan del suyo un puesto vitalicio.

Pero vamos a suponer que las cosas no marchan tal y como usted las espera. Al cabo de seis años, entonces, tendrá que dejar el poder. No será, sin embargo, nada fácil. Y aún más, es posible que resulte más difícil dejarlo que adquirirlo. Como bien recordará, la parte más visible de un presidente entrante es el rostro, mientras que la de un presidente saliente es la espalda. El destino volverá a cumplirse. En tanto que el rostro hay que descubrirlo para que mejor se vea, la espalda, por el contrario, debe quedar ab-

solamente cubierta. Baste decir que es esta parte la preferida de las puñaladas traperas. escoja a un sucesor que se la cubra. Decididamente tiene que ser el más leal y el más comprometido con usted; aquel que le deba todo y que en adelante también le será deudor del máximo favor concedido por el presidente dentro del sistema político mexicano: la presidencia de la república. Se tratará, después de todo, de un canje justo: el uso de su dedo por la preservación de su espalda.

La mejor manera de abandonar la Silla será tomar una medida populista —la nacionalización de la atmósfera, por ejemplo—, que después pueda ser rectificadada sin problemas por su sucesor.

Por lo pronto su poder para controlar todas las inconformidades naturales que deja tras de sí cualquier gestión administrativa tendría que ser absoluto. Bajo el lema “Todo el aire para la nación y sólo unas inhalaciones para los ciudadanos”, su régimen podrá lograr que nadie resuelle más de lo necesario, y que cuando alguien pretenda abusar de las porciones de oxígeno asignadas de acuerdo con los altos intereses de México se le pueda fácilmente someter mediante el racionamiento. Si antes sus críticos se ponían rojos de coraje, que ahora se pongan morados de asfixia.

Lo que le esperarí, al cabo, serían unas gratas cuanto prolongadas vacaciones en París, ya sin lastres conyugales ni políticos, para volver, unos cuantos años después, al frente de sus anteriores negocios.

Aunque, viéndolo bien, su gobierno podría ahorrarse medidas populistas que a usted por principio le han chocado, y recurrir, para cerrar con broche de oro su gestión, a decisiones más apegadas a la razón, el desarrollo y el futuro del país.

Tres días antes de dejar el poder (y de acuerdo con su sucesor y el secretario de la Defensa Nacional), desnacionalice la banca y todas las empresas paraestatales, empezando por Pemex. Convoque a sus antiguos congéneres y a los representantes de las transnacionales y véndales los paque-

tes más importantes de acciones de todo el complejo conocido como sector público de la economía nacional. Reserve desde luego para usted el 51 por ciento de tales acciones. Y para que las mayorías de ahorradores vean con buenos ojos tan histórica determinación, coloque en la Bolsa de Valores un 10 por ciento de las mismas.

Y justo para dejar saneada la economía del país y asegurarse usted mismo su paso a la posteridad como un clásico de los estadistas modernos, las medidas desnacionalizadoras tendrían que acompañarse con el pago de la deuda externa, enajenando el territorio de Baja California con todo y las ballenas que por el momento hayan ido a suicidarse al Mar de Cortés.

Sin duda dará la mayor sorpresa de su vida, tanto a sus correligionarios como a sus colegas. Volverá a su antigua actividad convertido en la pieza clave de la relación gobierno-empresarios. Por la autoridad y la influencia ganadas en su gestión sus empresas resultarán las primeras paraestatales privadas de la historia. El Estado cuidará de ellas con cargo al erario público. Todo les será subsidiado, exentado y auspiciado. Operarán, a diferencia de las paraestatales públicas, con ganancias permanentes y siempre en ascenso.

Ahora será reconocido por los Meros Meros de su ciudad como el fundador de una nueva dinastía, el *Capo di tutti capi*, y su amistad y consejo serán buscados por los mandamases del país. Ambos lo hartarán de estatuas.

Sin embargo, antes de que esto suceda, usted tendrá que calcular si sus diez mil millones le alcanzarán para proyectar todo lo que ha soñado. Al paso que vamos, diez mil millones quizá apenas le sirvan para poner un changarrito que sólo le hará comprobar que los sueños, sueños son.

Los Meros Meros de Monterrey/Manual de conducta para multimillonarios, de Irma Salinas Rocha, se terminó de imprimir en la ciudad de México el 8 de diciembre de 1983 en los talleres de impresión de Tipografía, Diseño e Impresión (TDI); Asturias, 57; colonia Álamos; México, D. F. La composición y la formación se hicieron en Servicios Editoriales Artísticos; Eje Central Lázaro Cárdenas, 277-306; colonia Guerrero; México, D. F. Los negativos de interiores, en Diseño Gráfico; Aldama, 81-162; colonia Guerrero. Los negativos de portada, en Negativos e Impresos Game; Avenida Ramos Millán, 55; colonia Américas Unidas; México, D. F. La encuadernación, en Ediciones y Encuadernación Imuriz; Puerto Alvarado, 39; colonia Casas Alemán; México, D. F. La edición consta de 5 mil ejemplares, más sobrantes para reposición.



Claves Latinoamericanas

La antropología fue la última en descubrir a los pobres. Antes que ella lo habían hecho el cristianismo, el socialismo y la milicia literaria. Los ricos no han sido motivo de descubrimiento: simplemente han estado allí, y por ellos o contra ellos se han pronunciado ideólogos, políticos y novelistas. A los antropólogos, tal vez por esta razón, la riqueza no les ha resultado de especial interés. *Los Meros Meros de Monterrey* no es un estudio antropológico de la riqueza, y sin embargo lo sugiere. Irma Salinas Rocha ha escogido una manera singular que funde observación atenta, análisis y sátira para tratar un tema hoy inevitable: la existencia de una clase social dominante y privilegiada que ha encontrado en la élite regiomontana su más recortado epítome. La autora aconseja cómo hacer millones, acrecerlos, gastarlos y tramitarse socialmente a través de su posesión para llegar a ser uno de los miembros del Círculo Interno de esa élite superexclusiva. Lo hace en esa forma triangulada de generar conciencia a la que la voz popular ha dado color: te lo digo, Juan, para que me lo entiendas, Pedro.