



**El Colegio
de la Frontera
Norte**

Trayectorias de los negocios artesanales en el corredor
turístico Tijuana-Ensenada durante el contexto de la pandemia
de COVID-19

Tesis presentada por

Margarita Avalos Salas

para obtener el grado de

MAESTRA EN DESARROLLO REGIONAL

Tijuana, B. C., México

2022

CONSTANCIA DE APROBACIÓN

Director de Tesis: Dr. Redi Gomis Hernández

Aprobada por el Jurado Examinador:

1. Dr. Alfredo Hualde Alfaro

2. Dr. Francisco Lara Valencia

A los que develan los fenómenos sociales y generan conocimiento

A la Tía Juana, por generar oportunidades y libertades.

A los y las artesanas en México.

A México artesano, por existir.

A Ollin Calli, por el apoyo.

A los abuelos - ancestro.

A mi familia.

A mi país.

AGRADECIMIENTOS

Mi profundo agradecimiento al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) por el privilegio de otorgarme la beca que me permitió cursar la Maestría en Desarrollo Regional y llevar a cabo esta investigación, que considero abonara al conocimiento la existencia de las unidades económicas artesanales en el corredor turístico, Tijuana-Ensenada. esperando que a su vez sea un preludeo a futuras investigaciones.

A El Colegio de la Frontera Norte (El Colef) por abrirme sus puertas como estudiante, por apoyarme a desarrollar capacidades, por enseñarme a dar voz a los que no la tienen, a facilitar el análisis y conocimiento y por otorgarme una formación de excelencia, las cual valoro y sé que me será de gran utilidad en futuros trabajos.

Al personal docente por compartir sus conocimientos y experiencias acumuladas y consolidadas al pasar del tiempo, lo cual ocurrió de forma positiva tanto de forma física como virtualmente, por el impulso que impregnaban para generar análisis y por toda la paciencia y comprensión que mostraron hacia mi persona.

Al personal administrativo por su paciencia y apoyo para resolver dudas, ser una guía en trámites, que se tornaron con mayor complejidad producto de la COVID-19, que a pesar de que el COLEF cerró sus puertas temporalmente los trámites administrativos continuaron desarrollándose de una manera eficaz y eficiente para cumplir cabalmente con la parte administrativa.

Mi agradecimiento especial al Dr. Redi Gomis Hernández, profesor investigador del COLEF y director de esta tesis, quien aceptó el reto de dirigir esta investigación, lo cual tuvo diversos retos, entre tantos destaco mi carencia de análisis y comprensión profunda, en el área de ciencias sociales, la dificultad que me supone enlazar el conocimiento empírico con el conocimiento teórico-científico, aunado a lo ya mencionado ser una guía primordialmente de forma virtual, pues la pandemia impedía tener diálogos y análisis presenciales, aun con todas las implicaciones y retos el Dr. Redi asumió una postura de empatía y solidaridad, se tomó el

tiempo y con paciencia me explicó lo que para mí resultaba complejo y casi imposible de comprender, le agradezco enormemente por apoyarme en el diseño la elaboración de tesis, por tomarse el tiempo de leer avances, por sugerirme mejoras, correcciones, precisiones, por hacerme retornar al centro de la investigación, una y otra vez, en fin, todas las veces que fueron necesarias, mi sincero agradecimiento por lograr transmitir el conocimiento de una forma menos compleja, con ejemplos sencillos y por su excelente calidad humana que lo caracteriza.

En este orden de ideas, también agradezco infinitamente al Dr. Alfredo Hualde Alfaro y al Dr. Francisco Lara Valencia por aceptar ser mis lectores, interno y externo respectivamente, agradezco sincera y enormemente su tiempo, experiencia y conocimientos para hacer comentarios y sugerencias valiosas y oportunas que abonaron a esta investigación y que sin duda alguna continuaré retomando en análisis futuros.

Previo a finalizar los agradecimientos, agradezco a mi familia que, aunque a la mayoría no le era posible dimensionar las implicaciones, retos e importancia de esta investigación siempre mostraron confianza y permanecieron deseándome lo mejor de lo mejor. Gracias a los y las compañeras de Ollin Calli por todo el apoyo en este proceso, por simple echarme porras, de manera especial agradecer a Enrique, Lalo, Rosa, Lynn, Cathie y Marlene por acompañarme siempre y estar conmigo en las buenas, en las malas y en las peores. Gracias Ana y Cathie por perfeccionar el resumen con sus amplios conocimientos y dominio del idioma inglés. Gracias Marlene por la confianza e impulso para animarme a estudiar la maestría en COLEF, por leer parte de la tesis y tus valiosos y acertados consejos. Gracias infinitas a México Artesano por existir, por recibirme en su dinámica, por aportar información empírica invaluable; gracias a Mikury joyería artesanal por tu solidaridad incondicional, por apoyarme y acompañarme en cada paso de esta tesis, gracias por permitirme acompañarte a tantos lugares y eventos para realizar observación no participante, gracias por tantas traducciones y por todo el apoyo, opiniones, y debates que sin duda han fructificado en aprendizajes. gracias Tecí por ser realmente una compañera fiel, por acompañarme en momentos de alto estrés, por permanecer a mi lado durante las largas noches que significo el análisis y la redacción de la tesis.

Agradezco a los abuelos-ancestros que han transmitido sus conocimientos y han heredado el oficio artesanal a las generaciones presentes, gracias a todas las personas artesanas que se tomaron el tiempo de concederme la entrevista semi-estructurada, por permitirme tomar fotografías y proporcionarme imágenes e información adicional, gracias a los y las artesanas que no formaron parte de las unidades económicas analizadas pero que compartieron sus experiencias y opiniones.

Gracias a los artesanos y artesanas del sur de México que en enero del 2021 a artesanos del norte nos permitieron entrar a sus talleres, a su vivienda y a su forma de vivir, sentir y pensar la artesanía que elaboran, gracias por todos y cada uno de los mensajes de aliento y apoyo que enviaron a los artesanos del norte, por mostrar su fuerza, sensibilidad, por el apoyo mostrado y su calidad humana.

Finalmente, pero no menos importante agradezco especial e infinita a Itxamara, por el tiempo que te tomaste en acompañarme y apoyarme hasta la recta final, sin duda la culminación de la tesis es gracias a tu grandiosa capacidad de análisis, a Monserrat, Ana, Angelica por sus consejos valiosos y puntuales.

RESUMEN

Al inicio del año 2020, la pandemia de la COVID-19 emergió repentinamente en todo el mundo. Esta pandemia evidenció e intensificó los distintos problemas que atraviesa la población mundial, tales como la crisis de seguridad alimentaria, la crisis de salud pública, la crisis de empleo y por ende la crisis económica. Con el fin de mitigar el índice de contagios del virus SARS-CoV2, los gobiernos implementaron medidas, tanto sociales como económicas, que restringieron el contacto físico entre las personas. Lo anterior, colocó a las empresas frente a diversos retos de subsistencia, sobre todo a los pequeños negocios como los emprendimientos artesanales que históricamente han operado en condiciones precarias. Estos emprendimientos se caracterizan por ser negocios unipersonales o unifamiliares, que operan en la informalidad y que raramente acceden a apoyos institucionales. En síntesis, la COVID-19 ha profundizado la precariedad de los negocios y la vida de las personas artesanas, y ha incrementado las necesidades económicas, tanto personales como de los negocios, para la sobrevivencia.

Esta investigación busca conocer las trayectorias que los negocios artesanales del corredor turístico costero Tijuana-Ensenada siguieron durante el transcurso de la COVID-19. Para alcanzar este objetivo, fue necesario realizar un estudio cualitativo que privilegia el enfoque fenomenológico, en el cual se presta especial atención a los negocios artesanales que mostraron capacidades de resiliencia organizacional, con el fin de identificar las estrategias, planes y capacidades desarrolladas por los negocios artesanales que subsistieron a la COVID-19.

Palabras clave: Trayectoria, negocio artesanal, COVID-19, resiliencia organizacional.

ABSTRACT

At the beginning of 2020, the COVID-19 pandemic suddenly broke out worldwide. This pandemic highlighted and intensified the various problems the world's population was facing such as the crises in food security, public health, employment and thus personal economy. In order to mitigate the SARS-CoV2 infection rate, governments implemented social and economic measures that restricted physical contact between people. This presented businesses with a number of challenges to their survival, especially small businesses such as those of artisans that have historically operated in precarious conditions. These enterprises are characterized by being one-person or single-family businesses that operate informally and rarely have access to institutional support. In summary, COVID-19 has deepened the vulnerability of the businesses and lives of artisans, and has increased their economic need, both personal and business, for survival.

This research seeks to understand the trajectories that artisan businesses in the Tijuana-Ensenada coastal tourism corridor followed during the course of COVID-19. To achieve this objective, it was necessary to carry out a qualitative study with a phenomenological approach, in which special attention was paid to the artisanal businesses that demonstrated organizational resilience, in order to identify the strategies, plans and capacities developed by the artisanal businesses that survived COVID-19.

Keywords: Trajectory, craft business, COVID-19, business resilience.

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	1
Objetivos.....	4
Preguntas de investigación	4
Planteamiento hipotético	5
Justificación	6
I. MARCO TEORICO-CONCEPTUAL: TRAYECTORIA Y RESILIENCIA	
ORGANIZACIONAL,	10
Introducción.....	10
1.1. El concepto de trayectoria	11
1.2. La resiliencia organizacional	16
1.3. La ubicación geográfica.....	22
II. MARCO CONTEXTUAL. EL MÍNIMO RECONOCIMIENTO Y APOYO A LOS NEGOCIOS ARTESANALES EN BAJA CALIFORNIA, LA COMPETENCIA DE MANUFACTURA Y LA COVID-19: EL PROBLEMA.....	24
2.1. El impulso por conocer las trayectorias de los negocios artesanales	24
2.2. El vaivén del pasado y presente de la artesanía.....	26
2.2.1. Los primeros artesanos.....	26
2.3 Las buenas intenciones de los concursos artesanales y sus consecuencias no deseadas .	29
2.4 Las artesanías en Baja California	35
2.5. El corredor costero turístico Tijuana-Ensenada.....	44
III. ESTRATEGIA METODOLOGICA.....	46
3.1. Enfoque metodológico.....	47
3.2. Criterios para seleccionar las unidades de análisis	48
3.2.1 Estrategias para seleccionar los casos de la muestra	50
3.3. Técnicas de recolección de los datos.....	55
3.4. Estrategia para el análisis de datos	59
3.5. Operacionalización de los conceptos fundamentales	61
3.6. Tipología de las trayectorias de los negocios artesanales ubicados en el corredor turístico Tijuana-Ensenada, durante la pandemia de COVID-19.....	64
IV. HALLAZGOS DEL MOMENTO PREVIO A LA COVID-19: DE LA INCREDELIDAD A DESAFIAR LA REALIDAD	67
Introducción.....	67
4.1 Rasgos sociodemográficos de las personas artesanas y las características de los emprendimientos artesanales.....	68
4.2 Las técnicas de producción utilizadas por los emprendimientos artesanales en el corredor costero turístico Tijuana-Ensenada en el momento previo a la pandemia de COVID- 19	75
4.3 Oferta y demanda de artesanías en el momento previo a la COVID-19 en el corredor turístico Tijuana-Ensenada.....	85
4.4 Ingreso económico y la importancia de la actividad económica antes de la pandemia de covid-19.....	89

4.5. Las ilusiones, y planes estratégicos antes de COVID-19	91
Conclusión	94
V. UNA MIRADA A LOS NEGOCIOS ARTESANALES EN EL CORREDOR TIJUANA- ENSENADA ANTE LA CRISIS OCASIONADA POR LA PANDEMIA DE COVID-19 A PARTIR DE LA ENCUESTA DEL GIDI.....	96
Introducción.....	96
5.1 Vulnerabilidades y acciones adaptativas de los emprendimientos artesanales de Baja California durante la pandemia de COVID-19.....	97
Conclusión	100
VI. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN Y HALLAZGOS A PARTIR DE LAS ENTREVISTAS: TRAYECTORIAS DE LOS EMPRENDIMIENTOS ARTESANALES DURANTE LA PANDEMIA COVID 19.....	102
Introducción.....	102
6.1.1. Implicaciones políticas y sociales.....	103
6.1.2. Las fases de la pandemia de COVID-19 en México y las trayectorias de los negocios artesanales en el corredor turístico Tijuana-Ensenada.....	103
6.2. Las trayectorias de los negocios artesanales en el corredor turístico Tijuana-Ensenada durante la pandemia de COVID-19	112
6.2.1. Los negocios artesanales en la trayectoria extinta	113
6.2.2. Los negocios artesanales en la trayectoria pausada	132
6.2.3. Los negocios artesanales en la trayectoria híbrida.....	150
6.2.4. Los negocios artesanales en la trayectoria resiliente	184
VII. CONCLUSIONES, REFLEXIONES FINALES Y PROPUESTA PARA POLÍTICA PÚBLICA	216
7.1. conclusiones y reflexiones finales	216
7.2. Propuesta para política pública que contribuya al rescate, fortalecimiento y preservación de las unidades económicas artesanales en el corredor turístico, Tijuana- Ensenada.	226
BIBLIOGRAFÍA	236
ANEXOS	i
Anexo 1. Trayectorias de los negocios artesanales del corredor turístico Tijuana-Ensenada durante el contexto de la COVID-19.....	i
Anexo 2. Consentimiento informado.....	vi
Anexo 3. Entrevista semiestructurada	vii
Anexo 4. Diario de observación no participante	ix

Índice de Ilustraciones

Ilustración 3.1. Área de obtención de la información.....	58
Ilustración 4.5.1. implicaciones previas a la pandemia COVID-19	95
Ilustración 6.1. Sentimientos experimentados por los artesanos del corredor costero turístico Tijuana-Ensenada al inicio de la pandemia de COVID-19.	107
Ilustración 6.2. Colectivo artesanal, natural y orgánico	115
Ilustración 6.3. Artesanías wixárikas (Ojos de dios)	135
Ilustración 6.4. Artesanía en la técnica de calado en madera.	145
Ilustración 6.5. Artesanías en macramé.....	149
Ilustración 6.6. Artesanías wixárikas (Ojos de dios).	150
Ilustración 6.7. Invitación al Mexican Fest, en Puerta al Valle.....	158
Ilustración 6.8. Festival otoñal: Música, arte y gastronomía y Expo Tijuana Emprende.....	159
Ilustración 6.9. Tecate-arte.	160
Ilustración 6.10. Día de él y la artesana 2020.....	164
Ilustración 6.11. Joyería en técnica de orfebrería.	165
Ilustración 6.12. Eventos de México artesano, cancelados.	168
Ilustración 6.13. Danza, Tata Kachora.	169
Ilustración 6.14. Imágenes en rancho, inmerso en las montañas en La Misión, Ensenada.	173
Ilustración 6.15. Recuerdos ancestrales: artesanía híbrida.	175
Ilustración 6.16. Sawil: Las tres generaciones.....	183
Ilustración 6.17. Macramé con minerales.....	190
Ilustración 6.18. Crochet y bordado.	194
Ilustración 6.19. Artesanía en filigrana.....	196
Ilustración 6.20. Artesanías wixárikas (medicina)	198
Ilustración 6.21. Trabajo de lapidaria y macramé	200
Ilustración 6.22. Cestería kumiai, reserva la Huerta.....	201
Ilustración 6.23. Mandiles artesanales en cuero	203
Ilustración 6.24. Artesanías wixárikas (medicina).	204
Ilustración 6.25. Amigurumi.....	205
Ilustración 6.26. Zapatos clásicos, hechos artesanalmente únicamente con piel.....	206
Ilustración 6.27. Expo nativa 2022.....	207
Ilustración 6.28. Premio especial de rescate: Maija awi tipay pcho (Dios víbora cuidando a los nativos).	208
Ilustración 6.29. Elaborando artesanía.....	210
Ilustración 6.30. Experimentando el cuero con madera.	211
Ilustración 6.31. Esculturas de ónix.....	212
Ilustración 6.32. Ilustración concursos artesanales, artesanías nativas 2022	213

Ilustración 6.33. Afectaciones institucionales y gubernamentales a los emprendimientos artesanales durante la pandemia de la COVID-19.....	214
Ilustración 7.1.1. Afectaciones a la rama artesanal	225
Ilustración 7.2.1. Art Walk 2022, Playas de Rosarito	230

Índice de cuadros

Cuadro 3.1. Operacionalización de las trayectorias.....	63
Cuadro 3.2. Operacionalización de los factores de cambio.....	64
Cuadro 4.1. Lugar de nacimiento de los artesanos entrevistados.	69
Cuadro 4.2. Características de informalidad de los negocios artesanales entrevistados.	71
Cuadro 4.3. Técnicas artesanales utilizadas en el momento previo a la pandemia de COVID-19.	75
Cuadro 4.4 Artículos elaborados, en el momento previo a la COVID-19, por los artesanos entrevistados.	86
Cuadro 5.1. Evaluación del impacto de factores seleccionados sobre las operaciones de los negocios artesanales en el corredor Tijuana-Ensenada.	98
Cuadro 5.2. Ajustes realizados por los negocios artesanales del corredor Tijuana-Ensenada ante la pandemia de COVID-19.	99
Cuadro 5.3 Apoyos proporcionados a los negocios artesanales del corredor Tijuana-Ensenada.	100
Cuadro 6.1. Medidas de seguridad sanitaria apropiadas por regiones para las actividades laborales, educativas y el uso del espacio público, de acuerdo con el color del semáforo.	110
Cuadro 6.2 Distribución de los negocios artesanales de acuerdo con la trayectoria seguida durante la pandemia.	112

Índice de Gráficos

Gráfico 4.1. Porcentaje de artesanos por sexo.	68
Gráfico 4.2. Porcentaje de artesanos según el lugar donde radican.	70
Gráfico 6.1. Fases de la pandemia de COVID-19 considerando su impacto a los negocios artesanales.	104

INTRODUCCIÓN

El propósito central de esta investigación es conocer cómo enfrentaron los artesanos y artesanas del corredor turístico Tijuana-Ensenada los retos ante los cuales se vieron expuestos como resultado de la contingencia generada por la pandemia de COVID-19.

La pandemia de COVID-19 irrumpió repentinamente en los inicios del año 2020 generando por igual trastornos e incertidumbres en casi todos los rincones del mundo. Sin duda la pandemia ha sido, por sobre todas las cosas, una crisis sanitaria, pero también ha tenido un importante impacto en el ámbito económico. Buena parte de las empresas se enfrentaron a duras pruebas de subsistencia derivado de las restricciones impuestas por los gobiernos. Estas medidas buscaban atenuar la propagación del virus SARS-CoV2, por lo que muchas empresas se vieron obligadas a suspender sus operaciones presenciales.

El 30 de marzo del 2020, el gobierno mexicano declaró formalmente una emergencia sanitaria (Consejo de Salubridad General, 2020). Al día siguiente la Secretaría de Salud estableció “acciones extraordinarias” para atender la misma (Secretaría de Salud, 2020). La más importante de todas las acciones establecidas, al menos para los propósitos de este estudio, es la decisión de suspender de manera inmediata las actividades no esenciales. Se permitiría a un grupo limitado de actividades, explícitamente enumeradas, continuar en funcionamiento, dentro de las cuales no se encontraban la comercialización de productos artesanales. Pero tampoco los servicios turísticos, gracias a los cuales han sobrevivido históricamente muchos de los negocios y emprendimientos liderados por artesanos y artesanas.

También importante, entre las acciones extraordinarias anunciadas, aunque en un rango menor que la suspensión de las actividades no esenciales, fue la exhortación a la población a realizar un confinamiento voluntario. Una exhortación que, en sentido estricto, fue reiterativo, pues desde el 23 de marzo ya había entrado en vigor la estrategia denominada “Jornada Nacional de Sana Distancia” que trascendió mediáticamente bajo la consigna de “Quédate en casa”. Todo con el objetivo de evitar el contagio a través de las interacciones en los espacios públicos.

La situación se tornó sumamente incierta para los artesanos y artesanas. En primer lugar, de pronto se vieron imposibilitados de vender sus productos en los espacios en los que tradicionalmente lo hacían. En segundo lugar, su movilidad en los espacios públicos, que en otras circunstancias hubieran podido ser utilizados como lugares alternativos para las ventas de sus productos, también se vio comprometida no sólo por los obstáculos al ambulante artesanal, sino también por la cancelación de las ferias, festivales, expos, bazares, encuentros y otros eventos masivos. En tercer lugar, aún en el supuesto de que hubieran podido eludir las medidas de confinamiento, de todas formas, faltaban los turistas, sus principales clientes históricos, por lo que difícilmente hubieran podido encontrar a quién vender.

Estos tres elementos, por sí solos, ya configuraban un serio obstáculo para la actividad económica usual de los artesanos y artesanas de la región. Pero si, además, a ello se agrega el hecho de que desde antes del inicio de la pandemia constituían una población vulnerable económicamente, el reto al que los enfrentaba la pandemia se volvía todavía más difícil de superar. Y es que, en general, históricamente han operado en condiciones precarias, fundamentalmente de manera informal, sin apenas apoyos institucionales. Es de suponer que pocos, si acaso algunos, contaba con reservas de liquidez para subsistir por un tiempo sin nuevas entradas.

Considerando este escenario tan adverso, cabría entonces preguntarse qué pasó con este grupo en términos económicos como consecuencias de la irrupción de la pandemia de COVID-19, asumiendo que nunca los efectos son completamente homogéneos. ¿Pudieron continuar dedicándose al diseño, producción y venta de artesanía, que es la actividad de la que tradicionalmente han vivido? ¿Se vieron obligados a establecer un impasse en la actividad artesanal –ya sea viviendo mientras de ahorros o abriendo nuevos horizontes–, mientras esperaban por una vuelta a la normalidad a la que estaban acostumbrados? ¿Combinaron la artesanía con otros giros de negocios? ¿Decidieron mejor dedicarse de manera permanente a otra actividad menos expuesta a fluctuantes contextos críticos? Todas las situaciones alternativas que encierran estas interrogantes componen posibilidades contrafactuales como efectos inmediatos del momento cuando irrumpe la pandemia.

Sin embargo, la pandemia no debe pensarse como un evento circunscrito únicamente al momento puntual de su irrupción. La realidad es que han transcurrido más de dos años desde que se declarara el contagio masivo del virus el SARS-CoV-2, provocando la enfermedad de COVID-19, la cual ha tenido trasmutaciones y todavía su final permanece incierto. A lo largo de este período, por una parte, han ido variando tanto la intensidad de los contagios como las hospitalizaciones y las muertes atribuidas a la enfermedad; por otra parte, las medidas gubernamentales se han ido ajustando a estas variaciones buscando flexibilizar el enfrentamiento a la crisis sanitaria al mismo tiempo que se tratan de atenuar los impactos económicos.

En consecuencia, la pandemia no debe pensarse como un evento unívoco e indivisible. Por el contrario, debe concebirse más bien como un proceso en el cual se pueden identificar diferentes fases. Por supuesto, no todas caracterizadas por el mismo rigor inicial. Y análogamente, por ello, la respuesta de los artesanos y artesanas a la contingencia es preferible concebirla también más como un desarrollo que puede involucrar transformaciones que como un suceso con resultados únicos y definitivos.

Es importante destacar que de interés muy especial para esta investigación ha sido el grupo de negocios artesanales con una trayectoria tal que rápidamente pudieron recuperarse del impacto inicial, mostrando con ello significativas capacidades de resiliencia organizacional, consideradas estas últimas como características emergentes que se ponen a prueba justo en los momentos críticos, cuando ocurren eventos disruptivos (Diedrich, Northcote, Röder y Sauer-Sidor, 2021). Por ello, este grupo particular de artesanos tendrá un mayor peso en el análisis del segundo problema de investigación presentado más arriba, correspondiente a los factores que explicarían estas trayectorias resilientes.

Una tarea necesaria para poder abordar adecuadamente el estudio será la distinción e identificación de las fases por las que ha transcurrido la crisis pandémica a lo largo de estos dos años y medio. Pero no en términos generales, sino tomando en consideración los momentos que han sido importantes para los artesanos y artesanas y sus actividades económicas. Esto es, si bien para definir las fases van a ser importantes tanto el curso de la enfermedad como las medidas de gobierno, también lo será el impacto potencial de estos dos elementos del entorno

sobre los negocios artesanales, de manera tal que no tiene que haber una coincidencia completa entre las fases consideradas por la Secretaría de Salud y las presentadas en este estudio.

Finalmente, se parte del supuesto de que las trayectorias buscadas van a estar en parte determinadas por las posibilidades que ofrece el contexto, incluyendo el normativo. Por lógica, ciertas actividades se facilitan si se ajustan prohibiciones o se abren espacios antes cerrados. Pero también factores de otra naturaleza pueden estar modificando estas trayectorias.

Objetivos

Objetivo principal

El objetivo principal de esta tesis es identificar y comprender las trayectorias seguidas por los emprendimientos artesanales del corredor turístico costero Tijuana-Ensenada en el marco de la crisis generada por la pandemia de COVID-19. Es decir, cómo esos pequeños negocios dedicados al diseño, producción y venta de artesanía fueron evolucionando al compás de las distintas fases de la pandemia, en términos de las actividades económicas realizadas.

Objetivos específicos

- a) Analizar las fases de la pandemia de COVID-19 y su relación, con las trayectorias de los emprendimientos artesanales del corredor Tijuana-Ensenada.
- b) Analizar el desarrollo de las trayectorias de los emprendimientos artesanales del corredor Tijuana-Ensenada durante las fases de la pandemia COVID-19.
- c) Identificar las condicionantes cruciales para definir el curso de las trayectorias de los emprendimientos artesanales del corredor Tijuana-Ensenada en el contexto de la pandemia COVID-19.

Preguntas de investigación

Derivado del objetivo general y los objetivos específicos se pueden desprender las siguientes preguntas de investigación:

Absolutamente, todos los negocios de artesanías necesitan ingresos económicos para subsistir, de ahí surge la interrogante general relacionada con su actividad económica: ¿cómo fueron evolucionando los negocios artesanales del corredor Tijuana-Ensenada durante las fases de la pandemia de COVID-19?

Las preguntas específicas que guiaron esta investigación son:

- a) ¿Qué fases de la pandemia de COVID-19 tienen relación con las trayectorias de los emprendimientos artesanales del corredor Tijuana-Ensenada?
- b) ¿Cuáles fueron las principales trayectorias seguidas por los negocios artesanales del corredor Tijuana-Ensenada durante las fases de la pandemia COVID-19?
- c) ¿Cuáles fueron las condicionantes trascendentales en el curso de las trayectorias de los emprendimientos artesanales del corredor Tijuana-Ensenada?

Planteamiento hipotético

El interés por realizar este estudio nace justo como resultado directo de la irrupción de la pandemia de COVID-19 a principios del año 2020. Conocedora del sector, por ser parte del mismo y estar al tanto de las carencias que históricamente han arrastrado, la preocupación inicial estaba centrada en averiguar el impacto de la contingencia sobre la actividad económica de los negocios artesanales, intuyendo un escenario desarticulador con daños irreversibles. Esta fue la primera conjetura.

Sin embargo, derivado de la cercanía que se tiene con el sector artesanal, estas expectativas se fueron modificando a medida que transcurría y se modificaba el contexto pandémico. Si bien, como era previsible, algunos negocios quedaron en el campo de batalla, otros lograron preservar su actividad, aunque con distintos grados de desempeño. Se intuye, por tanto, que, en función de los cambios generados por las fases de la pandemia, y considerando tanto las capacidades previamente consolidadas como las estrategias generadas, los negocios artesanales configuraron distintas trayectorias.

Justificación

Es pertinente profundizar el análisis de las unidades económicas artesanales desde el punto de vista de las trayectorias de estos negocios ubicados en el corredor costero turístico Tijuana-Ensenada. Debido a que, en su mayoría, los estudios realizados abordan el tema artesanal desde la cosmovisión de los pueblos originarios, principalmente en el centro y sur del país, excluyendo a los artesanos y artesanas que no radican en una comunidad étnica, creando la idea de que las únicas personas artesanas son también indígenas que reproducen su cultura en sus piezas, ensombreciendo los emprendimientos seminómadas y urbanos, los cuales hacen alusión a que ellos también se encuentran inmersos en la cultura, la cual reproducen y plasman en sus creaciones artesanales.

En el caso concreto de este estudio, la referencia es: a la mezcla de la cultura ancestral, multi-étnica, contemporánea, binacional, chicana y transnacional¹, así pues, es manifestada la multiculturalidad como una cultura que se reproduce en la frontera norte de México.

Cabe mencionar que el único documento académico que se encontró relacionado a los negocios artesanales ubicados en Baja California, es el titulado “artesanos urbanos tijuanaenses: una investigación pendiente”, Álvarez de William (2007), el cual fue creado para realizar una ponencia, consumada en una universidad Tijuanaense. Su contenido consta de diez páginas y seis imágenes fotográficas; dicho documento advierte que “es un prelude a la deliberación sobre la cultura popular fronteriza, específicamente de la identidad de los artesanos urbanos tijuanaenses”, además alude a que, con base a algunos registros “se especula: existe también artesanía mexicana en la costa noroeste de Baja California”. Hace notar que “No obstante, sus escasos registros y sin estar suficientemente analizada y difundida: pervive.” (p.35), asimismo propone la necesidad de que el tema sea abordado desde un enfoque cualitativo.

¹ Estos seis vocablos son recuperados del trabajo en campo, desde la perspectiva de los actores, términos que fueron manifestados de diferentes formas e hicieron alusión durante el tiempo en el que se efectuó la observación no participante, la comunicación personal y las veinticuatro entrevistas semiestructuradas.

Ante la escasez histórica de estudios concretos relacionados a identificar y analizar los negocios artesanales en el corredor costero Tijuana-Ensenada, resulta de especial interés conocer qué tipo de emprendimientos existen en la región de estudio, cuáles son sus características y las artesanías que producen.

Además, la coyuntura de la pandemia de COVID-19 ha traído retos importantes que han puesto en riesgo la subsistencia de los emprendimientos artesanales en distintos rincones del mundo, tanto los que habitan en una comunidad originaria, como los seminómadas y urbanos, tal es el caso de los ubicados en el corredor costero turístico de Tijuana-Ensenada.

El contexto de la pandemia ha implicado enfrentar nuevos obstáculos, máxime los relacionados a la obtención de materia prima, movilidad, y las ventas de casi todos los negocios, entre ellos la COVID-19 ha afectado severamente al sector artesanal, sobre todo por considerarse una actividad no esencial, situación que ha traído aún más retos para la sobrevivencia de estos negocios. Al respecto el Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías [FONART] (2021), reporta que, en el país, a demasiadas personas que antes tenían un negocio de artesanías la pandemia les ha orillado a abandonar sus negocios “para emigrar a otras actividades que les permitan sortear la crisis de sobrevivencia caracterizada por la cada vez más apremiante necesidad alimentaria, la falta de espacios de comercialización y la falta de recursos para tener materias primas” (p. 3).

La COVID-19 ha profundizado la precariedad de los negocios y la vida de los artesanos, han crecido las necesidades económicas para la sobrevivencia tanto personales como de los negocios. En el caso de estos últimos se requiere flujo económico para cubrir la implementación de innovaciones, herramientas digitales, equipo, movilidad, etc.; en el ámbito personal es vital obtener utilidades de los negocios artesanales “para cubrir sus gastos esenciales en salud y alimentación se han visto obligados a buscar ingresos en la actividad agrícola, la albañilería y la migración a las ciudades², entre otras zonas, se han trasladado a la frontera noroeste de México, lo cual, en algunos casos ha significado mayor dificultad para continuar con el negocio artesanal, por consiguiente han aceptado “trabajos mal pagados, poner en riesgo su salud y su

² Op. cit., (FONART, 2021, p. 3)

seguridad, ya que, en las actuales circunstancias, corren riesgos como ser contagiados de COVID-19 y, entre los más jóvenes, de ser reclutados por la delincuencia organizada³”.

El contexto de las trayectorias de los negocios artesanales reclama la necesidad de identificar y ubicar las unidades económicas artesanales para que, en palabras de Bejarano (2013), “primero para admirar y apreciar los valores de la cultura fronteriza, mexicana en su expresión multiétnica” (p. 34). Segundo para dar voz, coadyubar al reconocimiento y autorreconocimiento de las personas artesanas y sus negocios, así como conocer de primera mano las trayectorias y necesidades de la rama artesanal, así como sentar bases mínimas que permitan en futuras investigaciones académicos ahondar en el tema de los negocios artesanales en la frontera norte, además de tener insumos que posibiliten delinear acciones estratégicas y holísticas que permitan la permanencia y fortalecimiento de esta actividad económica en el corredor turístico costero Tijuana-Ensenada.

Para ello, un paso pendiente es conocer la importancia y los aportes económicos, sociales y culturales que tienen las unidades económicas a la región de estudio, además de “...elevar la condición del artesano. Debemos reconocer lo que es: un artista que sirve al pueblo y que forma parte importante de lo que llamamos identidad nacional” (Pomar, 2011, citada en Bejarano, 2013, p. 43).

Al no encontrar suficientes investigaciones que den cuenta de los y las artesanas y sus negocios ubicados en el corredor turístico costero Tijuana-Ensenada, sobre esta base Bejarano, (2013) enfatiza que hay incipientes registros de los negocios artesanales, su análisis y difusión es mínimo, a pesar de esta realidad hace hincapié en que los negocios artesanales persisten y forman parte del patrimonio cultural de la nación:

Hay creadores con oficio, sensibilidad y calidad en el área del municipio de Tijuana y sus inmediaciones, por ello, esta meditación reclama una búsqueda de información detallada, cuidadosa e inclusiva, que identifique a los artífices rescatándolos del olvido. Reconocimiento es lo que necesitan los artesanos. La propuesta es rescatar al arte con “a” minúscula de la frontera, preservando, divulgando y apoyando el trabajo de los artistas desconocidos (p. 35).

³ Op. cit., (FONART, 2021, p. 3)

La autora da por hecho que los artesanos no solo producen objetos artesanales utilitarios, sino que a su vez son obras de arte con distinciones particulares unas de otras; reflejan la identidad de estos hacedores y son logradas desde su propia imaginación, ingenio, y esmero. De ahí que cobra relevancia las inquietudes de Bejarano, (2013) quien considera necesario obtener mayor conocimiento de la actividad económica artesanal en Baja California, en este orden de ideas y con el ánimo de dilucidar el quehacer del ramo artesanal, formula las siguientes interrogantes:

¿[...], que metodología se emplearía? Cualitativa seguramente, para llegar a un análisis hermenéutico y fenomenológico. En un esquema exploratorio, recabar referencias detalladamente y menos representativa desde el punto de vista del control estadístico. Lograr a través de muestras pequeñas, la recopilación de datos históricos en archivos documentales que son muy pocos, pero localizar las fuentes primarias como es la historia oral. Las técnicas de obtención de testimonios serían realizando entrevistas en profundidad, focus group, asistir a los obrajes para observar participativa y no participativamente. Empleando para todos los casos de las técnicas de registro de datos: recopilación a través de grabadora de audio, fotografías y video (Bejarano, 2013, p. 43).

I. MARCO TEORICO-CONCEPTUAL: TRAYECTORIA Y RESILIENCIA ORGANIZACIONAL,

“La trayectoria no supone alguna secuencia en particular ni determinada velocidad en el proceso de tránsito”
(Blanco, Pacheco, 2003, p. 163).

Introducción

La posibilidad de que los negocios artesanales tomen trayectorias distintas durante la COVID 19, se genera desde el supuesto, de que, si esta contingencia sanitaria ha mostrado evolución heterogénea en tiempo y modo, es decir que cada fase de la pandemia tenido distinta duración y la afectación en distintos órdenes como la economía y salud en cada fase ha sido también distinta.

Así mismo el sector salud y gubernamental de los tres órdenes —federal, estatal y municipal— han realizado ordenamientos acorde a las fases de la COVID-19, con la finalidad de mitigar los contagios, como la “Jornada Nacional de Sana Distancia”, secretaria de Salud (2020), en este sentido, al saber que dicho ordenamiento incluía, entre otras, dos implicaciones importantes que en teoría frenarían las actividades económicas artesanales, una es el resguardo domiciliario y la otra es la suspensión temporal de actividades no esenciales, al mismo tiempo sabiendo que los negocios artesanales son la fuente que genera recursos económicos para la sobre vivencia de sus dueños y sus familias, resulta lógico que las unidades económicas artesanales tomen trayectorias heterogéneas, influenciadas por la evolución de la COVID-19 y el contexto particular en el que operan estos negocios.

En este orden de ideas, es necesario contar con una base teórica que permita el análisis y la explicación de las distintas sendas que pudieron haber tomado los negocios artesanales en el contexto de la COVID-19, la interpretación de estas tiene dos guías, la primera es conocer lo que significan los hechos ocurridos y la segunda es enlazar los hechos en el marco de alguna teoría que le dé sentido lógico a la evolución de las unidades económicas analizadas durante la COVID-19.

Por ello este capítulo está dedicado a la construcción de una base teórica-conceptual, que tenga por utilidad ser un conducto para la comprensión de la praxis de la evolución que tuvieron los negocios artesanales en el área de estudio, se hace notar que la teoría determinada para esta

investigación es el resultado de un ir y venir a los referentes teóricos y el conocimiento empírico de cómo fueron evolucionando los negocios artesanales del corredor turístico, Tijuana-Ensenada durante la COVID-19. En congruencia con lo planteado, este capítulo está estructurado en tres secciones, en las cuales se desarrollan los elementos teóricos y conceptuales que guían esta investigación.

La primera sección está dedicada al concepto de trayectoria, el cual tiene la utilidad de recuperar el proceso por el que transitaron los negocios artesanales del corredor turístico Tijuana-Ensenada en el contexto de la COVID-19. La perspectiva de trayectoria permite en primer término identificar las distintas sendas que cada unidad económica pudo haber tomado, en segundo término, posibilita profundizar el análisis en los cambios, la temporalidad, la dirección y la agencia de cada unidad económica artesanal, en la segunda sección se aborda el concepto de resiliencia organizacional, el cual permite identificar los factores que frenan o impulsan la continuidad de las trayectorias, la tercera sección está dedicada a al área geográfica, con la intención de tener presente que de acuerdo al espacio donde se desarrollan las trayectorias pueden tener condicionamientos distintos.

1.1. El concepto de trayectoria

La noción de “trayectoria” es clave en esta investigación. Como se ha planteado reiteradamente, el objeto de estudio central de la investigación son las trayectorias de los negocios artesanales durante la contingencia pandémica entre 2020 y 2022. Pero ¿qué es, en esencia, una trayectoria, y cuáles son los aspectos que se deben tener en cuenta a la hora de abordar su análisis? En lo que sigue se hará, a partir de la literatura encontrada sobre el tema, una discusión detallada de este concepto, así como de sus principales dimensiones, lo que permitirá encuadrar teóricamente el alcance y adecuación del uso del mismo en esta investigación.

Antes de entrar en estas cuestiones, lo primero que puede plantearse es que el concepto de trayectoria está emparentado con otros conceptos afines, como curso de vida, historia de vida, itinerario social, carrera profesional, etc. (Lera et al., 2007). Aunque con matices, todo ellos apuntan a que los fenómenos sociales son procesos con cronología propia. Y de manera similar a lo que sucede con todos estos otros conceptos próximos, lo segundo es que el estudio de las

trayectorias tampoco constituye un terreno homogéneo, en tanto son investigaciones que proceden de distintas disciplinas, y tienen diferentes objetivos y enfoques (Frassa, 2007; Vargas Leyva, 2000).

Las trayectorias laborales y educativas han sido, de manera particular, campos fértiles dentro de la investigación social en esta perspectiva analítica, de alguna manera reivindicando la idea de que “la vida es una historia y que una vida es inseparablemente del conjunto de los acontecimientos de una existencia individual” (Bourdieu, 1997, p. 74). En el plano más específico de la economía y la empresa, la expresión que más cercanamente se ajusta a la idea de trayectoria se encuentra en el enfoque de la teoría evolucionista, que trata de explicar sobre todo la innovación y los cambios tecnológicos sobre la base de procesos acumulativos (Romero, 2021). ¿Pero qué es en esencia una trayectoria? ¿Cuál es la naturaleza de este concepto? Bourdieu (1997) habla de trayectoria como la “serie de las posiciones sucesivamente ocupadas por un mismo agente (o un mismo grupo) en un espacio en movimiento y sometido a incesantes transformaciones” (p. 82).

Con esta definición se entiende que el concepto de trayectoria alude medularmente a la idea de historia, de trayecto, de recorrido, de curso dinámico. Es, en cierto sentido, un concepto bastante intuitivo de entender. Pero aun asumiendo esta definición de Bourdieu de manera muy genérica, hay, sin embargo, un conjunto de aspectos o dimensiones del concepto que es importante no perder de vista, pues tenerlos como referente pueden en definitiva ayudar a realizar un mejor análisis de las trayectorias de los negocios artesanales.

El primer aspecto tiene que ver con la noción de cambios, pero de cambios que ocurren dentro de una misma entidad o arreglo. La historia a la que alude el concepto, por pertenecer a un mismo agente, representa un proceso que constituye una unidad. En este sentido, a esas historias está asociada la idea de continuidad. Las distintas “posiciones sucesivas” forman parte de la misma trayectoria, y no de configuraciones diferentes. Tal unidad representaría lo que Berteaux denomina la “columna vertebral” de los relatos de vida, en torno a la cual se estructuraría la sucesión temporal de acontecimientos y de situaciones que los especifican (Berteaux, 2005, p. 37). Pero también esa historia es al mismo tiempo un proceso que, aun formando parte de la misma unidad, supone cambios sucesivos. Y esta dimensión del concepto,

que establece una suerte de fusión del mismo con los conceptos de continuidad y ruptura, ha sido una de las más socorridas en la literatura que de alguna manera hace referencia a la idea de trayectoria (Frassa, 2007; Nahón et al., 2006). Estos cambios, que suponen una ruptura dentro de una continuidad, pueden ser provocados por influencias externas o por dinamismos internos.

Una segunda dimensión importante del concepto tiene que ver con la temporalidad, específicamente con la duración de la trayectoria. Este es quizá el elemento que más enfatiza la RAE al establecer como segunda acepción del término “curso que, *a lo largo del tiempo*,⁴ sigue el comportamiento o el ser de una persona, de un grupo social o de una institución” (<https://dle.rae.es/trayectoria>). Una duda válida relacionada con esta cuestión sería definir qué tan importante es establecer un “largo del tiempo” determinado para poder hablar de trayectorias. ¿Cuándo se debe establecer el inicio de una trayectoria y en qué momento fijar su término? Eso va a depender del objeto de estudio y de los objetivos de la investigación. Para quienes examinan historias de vida o el curso evolutivo de una empresa, el período a observar abarcaría prácticamente toda la existencia del actor bajo análisis (Bourdieu, 1997). Pero en el estudio de las carreras profesionales el tiempo a explorar podría abarcar solo la vida laboral, o tal vez también podría incluir la etapa de formación educativa (Vargas Leyva, 2000).

En este caso, por los propósitos de la investigación, limitados al impacto que sobre los negocios artesanales tuvo la contingencia generada por la COVID-19, se puede plantear que el estudio se trata de trayectorias *acotadas*. Aunque caería dentro de la problemática más general de trayectorias empresariales, no busca abarcar toda la historia de los negocios estudiados. Solo interesa aquí los retrocesos y avances que tuvieron estos negocios, como tales, entre los años 2020 y 2022, una temporalidad enmarcada entre el inicio de la pandemia y con el horizonte puesto en el momento en el que se realizaron las entrevistas a sus propietarios. De cualquier manera, para tener una mejor comprensión de las transformaciones ocurridas en estos negocios artesanales, se exploró la situación de los mismos en los meses previos al comienzo de la pandemia. Aunque también es importante considerar que con la fecha de conclusión de la investigación tampoco se cierran las trayectorias de las organizaciones estudiadas, ya que con toda seguridad continuarán sus procesos de cambio.

⁴ Subrayado nuestro

Un tercer aspecto interesante del concepto se relaciona con lo que, de acuerdo con Davolos (2001), podríamos llamar “direccionalidad de los procesos de cambio” (p. 70). Se pudiera plantear así: ¿el paso de un puesto a otro —de una posición a otra, siguiendo la definición más general de Bourdieu— supone necesariamente una escala ascendente, siempre de menos a más? Vargas (2000), quien estudia la trayectoria profesional de los ingenieros y, desde esta perspectiva, la define como “una sucesión de puestos de trabajo, observables e institucionalizados [...] que los individuos detentan durante su historia de trabajo” (p. 8), asume que las trayectorias representan movimientos verticales progresivos, hacia puestos de mayor jerarquía. Sin embargo, los procesos sociales no siguen siempre, ni necesariamente, el curso lineal deseado. Como inquiere Bourdieu (1997): “¿Acaso un comportamiento humano siempre tiene como fin, es decir como objetivo, el resultado que es el fin, en el sentido del término, de este comportamiento?” (p. 145). La propia Vargas registra otras posiciones en la literatura sobre esta misma cuestión. Por una parte, reconoce que la movilidad vertical puede también presentarse de forma regresiva, combinando momentos de ascensos con periodos, por ejemplo, de empleos precarios o, incluso, de desempleos. Y, además, por otra parte, la movilidad puede ser igualmente horizontal, pasando de una posición a otra similar en términos de rango. Aunque ninguna de estas dos formaría parte de su visión de lo que a su entender debe ser considerado como una trayectoria.

Para los propósitos de este trabajo, esta problemática acerca del sentido y direccionalidad de los procesos que tienen lugar dentro de las trayectorias, discutida por Vargas, es muy significativa. Y enfocándose en lo sucedido con los negocios artesanales se asume, sin embargo, una postura opuesta a la presentada por ella en el artículo citado. Se considera que la idea de trayectorias como itinerarios ascendentes es muy restrictiva, por lo que en esta investigación se prefiere asumir un concepto con un significado más amplio, que no excluya a ninguno de los itinerarios posibles seguidos por los negocios artesanales. Respecto de este punto se tiene mayor identificación con la postura de Bertaux (2005) cuando dice que la línea que representa la historia de vida “no se puede equiparar a una recta o a una curva armoniosa, como parece indicar el término utilizado a veces de ‘trayectoria’” (p. 38). Teóricamente, las trayectorias de los negocios artesanales pueden haber seguido durante la pandemia un recorrido vertical

(ascendente, descendente, pausa o combinado) o uno horizontal (con avances, retrocesos, pausas, o combinado). Y es desde esta perspectiva, pues, que las mismas serán abordadas.

Esto lleva de la mano, por último, a una cuarta dimensión de las trayectorias que queremos mencionar, y se refiere a la relación agencia-estructura en la determinación del curso de las mismas. Tanto las “posiciones sucesivas” de Bourdieu, como los “sucesión temporal de acontecimientos”, de Bertaux, suponen procesos definidos no únicamente por la influencia del contexto, sino también por decisiones y acciones estratégicas tomadas por los propios actores (Bertaux, 2005; Ortiz Riaga et al., 2014). Y es a esta conjunción de factores exógenos y endógenos que Bertaux (2005) le atribuye la explicación de por qué la trayectoria “no se puede equiparar a una recta o a una curva armoniosa” (p. 38). Su estructuración va a depender de cómo se articulen esos dos ejes: como producto de un sistema y como actor dentro de ese sistema. Esta consideración es importante para nuestro estudio. Como se verá más adelante, la capacidad innovadora de los propietarios y propietarias fue vital para definir el curso que durante la pandemia siguieron algunos de los negocios artesanales que lideraban. Y esto es todavía más relevante si se tiene en cuenta que producto de la emergencia sanitaria el contexto de los negocios artesanales se tornó repentinamente muy crítico.

A este tipo de situaciones críticas, cuando ocurren, la propia Bertaux le otorga un peso preponderante: “La mayoría de las existencias, por el contrario, se bambolean a merced de fuerzas colectivas que reorientan su recorrido de forma imprevista y generalmente incontrolable. Una guerra, una revolución, un golpe de Estado, una crisis económica grave, una epidemia o una catástrofe natural que desvían a la vez el curso de millones de existencias individuale” (p. 38). Es justamente la pandemia, una fuerza endógena que actuó modificando el contexto, el punto de partida para examinar qué rumbo siguieron, a partir de su irrupción, los negocios artesanales. Pero no por ello se dejó de explorar y considerar las decisiones que tomaron estos como sujetos de acción.

Ahora bien, dentro de estas fuerzas endógenas que pueden ayudar a entender las trayectorias, aún en situaciones de trastornos disruptivos como fue la pandemia, se encuentran las capacidades acumuladas las cuales serán abordados más adelante.

1.2. La resiliencia organizacional

Durante la COVID-19, la resiliencia en el ámbito organizacional es un asunto que ha cobrado mayor importancia, esto debido a que la pandemia, en el mejor de los casos, produjo inestabilidad e incertidumbre, tanto en las unidades formales como las informales. En lo que respecta a las unidades económicas artesanales, estas al igual que las empresas de otros ramos, tuvieron que hacer frente a los retos y desafíos que provocó la pandemia. Con el fin de alcanzar una mayor comprensión de las trayectorias que siguieron estos negocios, especialmente aquellas unidades económicas que hasta este momento lograron permanecer y en algunos casos tuvieron un crecimiento, resulta relevante entender ¿En qué consiste la resiliencia organizacional?, ¿Cuáles son sus elementos? y ¿Cómo se manifiesta o cómo se le puede observar?

Previo a adentrarnos al análisis del concepto de resiliencia organizacional, se considera importante hacer notar que el término de resiliencia, tiene como antecedentes otras disciplinas. Este término fue utilizado inicialmente en la física, posteriormente, al ir evolucionando, fue retomado por otros campos como la medicina, la psicología y la sociología, entre otros (Vaquero-Tiό, 2013).

El vocablo resiliencia proviene del verbo en latín *resilire*, el cual significa volver atrás, volver a la posición o estado original, resaltar o rebotar. Esta definición procede de la física. Su definición invita a pensar en un objeto, por ejemplo, una pelota de goma que, al ser impactada contra el piso, tiende a deformarse, pero a medida que rebota en el trayecto de retorno estará recuperando tanto el estado como la posición original.

La Real Academia Española (RAE) en el año 2005 incluye el término resiliencia y la define como la “capacidad humana para asumir con flexibilidad situaciones de límite y sobreponerse a ellas”. Esta idea aplicada a la conducta humana permite pensar que previo a experimentar una situación de amenaza, la persona debe contar con cierta capacidad o capacidades que le permitan hacer frente a la situación o momento difícil.

En cuanto a la aplicación del término resiliencia en las organizaciones, se puede adelantar que, para que se manifieste la resiliencia necesariamente debe existir un entorno o situación de amenaza, incertidumbre, crisis, etc. Por tal motivo es posible hablar de resiliencia

organizacional en el contexto de la COVID-19, pues durante la pandemia el mundo empresarial, incluyendo las unidades económicas artesanales, se enfrentó a una crisis tanto sanitaria como económica, lo que trajo inestabilidad e incertidumbre.

El preámbulo de la resiliencia se encuentra con Emmy Elizabeth Werner quien fue sobreviviente de la segunda guerra mundial (1939-1945) tiempo en el que, entre los 10 y 16 años de edad, recibió clases, mejor dicho, pequeñas porciones de conocimiento, en sótanos antiaéreos, fue creciendo entre cadáveres conocidos y desconocidos, bajo escombros de todo tipo, niños huérfanos vagando sin apoyo y sin rumbo, con carencia alimentaria, y demás sucesos ocasionados por la guerra.

Años más tarde la investigación que Werner realizó, iniciando con, una muestra de 700 infantes, en 30 años de seguimiento confirmó que personas que en el pasado habían estado condenadas a presentar problemas en la juventud y adultes, conseguían estar sanos mental y físicamente. El estudio longitudinal de niños y jóvenes resilientes en postguerra, fue publicado en 1989 bajo el título “vulnerables pero invencibles”. Werner, E. (1989) les llamo “adultos invulnerables”. Estas fueron las bases de la concepción de la resiliencia, por ello, la Dra. Werner, es reconocida como la madre de la resiliencia.

En los años 90’s este término retoma más fuerza. Boris Cyrulnik, quien también fue un sobreviviente del holocausto y del que todos sus familiares fallecieron en los campos de concentración nazi., fue la primera persona que se autodescribe como resiliente. En su obra Sirulik, B. (2001) “Los patitos feos” propone los conceptos básicos de la resiliencia, por tanto, es llamado el padre de la resiliencia. Cyrulnik, B. (1999; 2001), define la resiliencia como la capacidad que tienen las personas de hacer frente a las adversidades o momentos difíciles de la vida, de transformar el dolor en una fuerza motora para salir fortalecido de tal situación, Así mismo afirma que dos características son cruciales para ello: la resistencia y el espíritu constructivo.

Continuando con la revisión de la literatura, es notorio que distintos autores han definido la resiliencia de una forma parecida, las distinciones que se observan son acordes a la disciplina que la retoma y hace uso del concepto. Por tanto, la utilización del concepto de resiliencia en las empresas tiene una acepción parecida, por ejemplo, Ortiz y Erazo (2021) indican que la

resiliencia organizacional se refiere a la capacidad de adaptarse al cambio e inmediatamente recuperarse ante una adversidad.

Wildavsky (1988) fue el primer autor que utilizó la resiliencia en el ámbito organizacional, entendiendo a esta como una capacidad dinámica para adaptarse, la cual crece y se desarrolla con el tiempo; por su parte Diamond (1996) la asume como la capacidad que tiene el sistema para responder a los cambios. Para Hamel y Välikangas (2003) es la ventaja competitiva con la que cuentan las organizaciones para reinventar su modelo de negocio antes de que las circunstancias adversas les obliguen a hacerlo. En cuanto a los negocios artesanales esto último no fue posible, debido a que en la mayoría de los casos no previeron la irrupción de la pandemia, ni la mayoría de sus implicaciones; por ejemplo, no esperaban el ordenamiento del cierre de negocios no esenciales, el resguardo domiciliario, la suspensión del turismo, entre otros retos que se generaron durante la pandemia.

Hasta este momento podemos identificar que la resiliencia es una capacidad, la cual, al no ser estática, podría explicar que un negocio artesanal en algún momento de su vida operativa alcanzó un alto nivel de resiliencia, que le permitiera afrontar una crisis, adaptarse y sobreponerse rápidamente, de una manera óptima y en otro momento de riesgo, experimentar mayor dificultad para permanecer e incluso no lograrlo y extinguirse. También se entiende que para desarrollarla y fortalecerla es un proceso dinámico y permanente, de lo contrario puede debilitarse y desaparecer.

En este sentido y para el caso concreto de esta investigación, llamaremos a un primer nivel “resiliencia básica” identificada como la capacidad que tienen las unidades económicas artesanales para sobreponerse a la adversidad y permanecer en el mercado, prácticamente de la misma manera que venían operando y obteniendo utilidades similares a las que tenían en el momento previo a la COVID-19.

Continuando con el análisis de la resiliencia en el ámbito organizacional Lengnick-Hall y Beck (2003) definen la resiliencia organizacional como una mezcla compleja de comportamientos, puntos de vista e interacciones, refieren que la resiliencia es posible desarrollarla, medirla y dirigirla. Esto aplica tanto para las organizaciones como para las personas, de acuerdo con la literatura revisada la resiliencia no es una posesión estática e

inamovible con la que las organizaciones cuentan o no, por tanto, la resiliencia organizacional es la resultante de procesos que ayudan a la empresa o negocio a mantener los recursos flexibles, puede sostenerse en el tiempo y puede reconfigurarse con la finalidad de hacer frente de manera positiva a situaciones nuevas e inesperadas.

De acuerdo a Picón-Vizhñay, et al. (2019) la resiliencia organizacional también se puede definir como las ventajas que recibe una organización al adaptarse de manera positiva a un cambio inesperado o situación desfavorable. Estas ventajas pueden provenir tanto del entorno interno, como del externo; entonces se considera que afrontar positivamente la situación de amenaza o riesgo permite a la organización mejorar y aprender de las situaciones y no concebirlas como una amenaza, sino como una experiencia útil que permite el aprendizaje, la toma de decisiones razonadas y en general fortalecer la estructura organizacional.

En este sentido, se considera que es posible que las organizaciones no solo logran recuperarse y permanecer en el mercado luego de enfrentar una situación de amenaza, sino que es posible aprender, salir fortalecida e incluso mostrar un crecimiento de utilidades y un mejor posicionamiento en el mercado luego de afrontar de manera positiva tal situación. Por tanto, en términos prácticos en esta investigación a este segundo nivel de resiliencia le llamaremos “resiliencia ascendente”.

Ahora bien, como se mencionó al inicio, el análisis de la resiliencia en las organizaciones ha sido abordado por diversos autores, por tanto, su comprensión ha evolucionado en el tiempo. Para ampliar el horizonte se recurre a Salanova, (2009) quien asegura que cuando una empresa es resiliente adicional a lo ya mencionado es capaz de tomar rápidamente ventaja, anticiparse a las oportunidades o amenazas. Las amenazas o catástrofes son asumidas como oportunidades que son explotadas debido a que la organización está permanentemente alerta y orientada a la acción y, en lugar de enfrentar los momentos difíciles únicamente a través del análisis de la situación y la observación, también lo hace de manera proactiva.

La psicología, aplicada principalmente a la salud de los niños y a su relación con la pobreza, ve a la resiliencia de una forma dual: como la capacidad de resistir ante la destrucción, pero también de construir un conductismo vital positivo (Kotliarenco, 1997). De aquí que a

pesar de nacer y vivir en situaciones complejas y de alto riesgo, tienen un desarrollo psicológicamente sano y cosechan éxitos en la vida (Rutter, 1993).

Aplicada al ámbito empresarial, Morcillo (2011) incorpora la palabra estrategia, refiriéndose a que la resiliencia estratégica es la naturaleza que permite la anticipación y adaptación a los cambios que pueden afectar negativamente los cimientos y comportamientos de las empresas. La resiliencia estratégica de acuerdo a Morcillo (2011). se basa en alternativas sólidas y fuertes ilusiones capaces de ofrecer nuevas y atractivas expectativas de negocio.

En consecuencia, los razonamientos previos son pertinentes con la capacidad que tiene la empresa para fortalecerse durante la adversidad y asumirla como una oportunidad (Acebo, G. et al., 2013). Para lograr la resiliencia estratégica las empresas deberán superar cuatro importantes desafíos:

“el desafío de eliminar la negación, la nostalgia y la arrogancia; el desafío estratégico de aprender a crear abundantes experimentos tácticos pequeños; el desafío político de reubicar los recursos financieros y humanos donde éstos produzcan mayores retornos; y el desafío ideológico de entender que la renovación estratégica es tan importante como la optimización”. (Välikangas & Hamel, 2003, p.1).

En términos del análisis de las trayectorias de las unidades económicas artesanales en el contexto de la COVID-19 se considera que es posible, subir un tercer peldaño, utilizando el término de “resiliencia estratégica ascendente”, para identificar los negocios que, como indica Krell (2011), adquieren una preparación intencionada con la finalidad de beneficiarse de los conflictos, debilidades y amenazas. Estas situaciones son consideradas como valiosas, pues representan oportunidades para tomar la delantera, aprender, cambiar, crecer y posicionarse de mejor manera en el mercado. Este tercer nivel de resiliencia organizacional, para el caso concreto de esta investigación estaría describiendo a las unidades económicas artesanales que refieren la COVID-19 como una situación positiva, valiosa y de enorme oportunidad, para aprender, fortalecer su red de apoyo, crecer e innovar. En este sentido, en el capítulo de hallazgos se observarán los negocios que transitaron la pandemia de una manera optimista, consciente y estratégica.

En la praxis esto significa tener la capacidad de enfrentar estratégicamente los momentos difíciles, aprender de ello, reinventarse y salir fortalecido. Por referencia de los propios dueños

de los negocios artesanales, la alusión es que la adversidad personal y del negocio no son situaciones aisladas de rara ocurrencia, más bien son la constante. Esta idea se relaciona con “la capacidad de salir fortalecido ante la adversidad y la adversidad es la posibilidad más posible” (Ley de Murphy, citada en Cordero-Cortés et al., 2014, p. 485). No obstante, la Covid-19 fue una situación de mayor complejidad que se sumó a las ya existentes.

Aun con todas las implicaciones que supuso la jornada nacional de sana distancia, el resguardo domiciliario, la cancelación de actividades públicas y la suspensión turística, y a pesar de tener un escenario adverso, hubo negocios artesanales que tuvieron, en primer término, la capacidad de accionar estrategias para obtener y “proteger la propia estructura organizacional bajo presión” (Cordero-Cortés et al., 2014, p. 485) y en segundo término “pese a situaciones difíciles, la empresa tiene una capacidad de enfrentar las dificultades” (Cordero-Cortés et al., 2014, p. 485). Como indica Kotliarenco, (1997) de una forma socialmente razonable, es decir, lograron mantener el proceso de comercialización, que, a decir de los propios artesanos, es el más difícil y a pesar de que la COVID-19 lo volvía más complejo. Derivado de las diversas acepciones de la resiliencia organizacional, en esta investigación nos referimos a:

La capacidad que desarrollan las unidades económicas artesanales para enfrentar las crisis, las adversidades, la desvalorización y la incertidumbre. Para ello, generan capacidad de agencia, crean capital social, producen innovación, analizan su contexto considerando sus factores de riesgo y protectores, tanto endógenos como exógenos y en consecuencia toman decisiones estratégicas con el fin de permanecer en el tiempo.

El concepto de resiliencia aplicado a los negocios artesanales es inspirado en los autores antes mencionados poniendo mayor atención en la concepción de resiliencia de Kotliarenco (1997), Rutter (1978) y Krell (2011).

Cabe recordar que la capacidad de resiliencia organizacional no es estática, esta se desarrolla y al no ser estimulada se puede perder, por ello se considera conveniente observar su dimensión en los niveles de resiliencia básica, resiliencia ascendente y resiliencia ascendente estratégica. Los elementos mínimos a identificar en las unidades económicas artesanales son las tres siguientes capacidades: la capacidad de agencia, capacidad que permite hacer ejercicio de derechos, tener automotivación, generar aprendizaje autodidacta, realizar análisis e

interpretación de la realidad y tomar decisiones propias; la capacidad de innovación que posibilita crear nuevos diseños, nuevos artículos, rediseño de espacios físicos e incorporar herramientas digitales primordialmente para la mercadotecnia y la comercialización, por ejemplo, incorporar redes sociales electrónicas, cobros y pagos digitales; y la capacidad de crear capital social, es decir, la capacidad de generar una red de apoyo amplia y efectiva, la cual puede estar conformada por familia, amistades, conocidos, clientes, otros negocios artesanales, promotores culturales y organizaciones de la sociedad civil.

1.3. La ubicación geográfica

La ubicación geográfica en la que se desarrollan las trayectorias es importante, ya que influye, pues dentro del área geográfica se encuentra la posibilidad de poner en marcha a algunos recursos institucionalizados. Además, es el espacio físico donde los agentes realizan sus estrategias de reproducción de capital social, económico, cultural y simbólico. En particular, Ortiz, et al. (2014) identifican que las áreas geográficas tienden a influir en la cultura organizacional, generando prácticas recurrentes de gestión, las cuales se despliegan utilizando un amplio abanico de estrategias, por ejemplo, existen áreas geográficas en las que se crea la costumbre de realizar inversión de capital económico.

Ortiz, et al. (2014) indica que el orden territorial involucra la existencia de unos agentes móviles, los cuales no siempre es posible que tengan igual comportamiento, aunque en el discurso se mencione que trabajan por el mismo objetivo. Es importante mencionar que los tipos de agentes cambian de acuerdo al ámbito en que se desenvuelven, esto es debido a que las trayectorias institucionales son también diferentes unas de otras.

Al respecto Bourdieu (2011) indica que no es posible realizar comparaciones de las instituciones de una ciudad regional, con las ciudades que se ubican en las metrópolis, pues se debe reconocer que la capacidad que cada una tiene para movilizar recursos o el grado de legitimidad que cada una posee, es la resultante de una construcción simbólica y burocrática, que logra que los apoyos institucionales puedan parecer más cercanos o distantes.

En este sentido, se señala que no necesariamente, estar más cerca a las instituciones significa que se pueda lograr ser un referente y hacer uso de las mismas. En ocasiones puede

resultar a la inversa, en algunos casos, cuanto más alejado del área de legitimidad se ubique, es posible crecer y generar confianza. Continuando con el análisis Bourdieu y Paseron (1979) analizan que, al mismo tiempo, la distancia que se puede tener de las organizaciones puede generar barreras enmarcadas en los habitus, arraigando la idea de que eso no es para ellos, de esa manera imposibilita de tajo el acceso a cualquier beneficio, incluso antes de intentarlo.

En el ámbito empresarial es menester tener claro que los capitales no se distribuyen de manera equitativa o justa entre las diversas regiones; Ortiz, et al. (2014) advierten que esto también pasa con el Estado, por ejemplo, cuando implementa políticas públicas, mencionan que esta inequidad se debe tener en cuenta cuando se trata de analizar la práctica en una población específica, también debe tenerse en consideración la capacidad de influencia de los agentes en los mercados específicos, la cual puede ser relativa. Ortiz, et al. proporciona el ejemplo de

una empresaria en un contexto más pequeño tendrá más poder y visibilidad que en un contexto geográfico donde su lugar es más anónimo. En ese marco, la empresaria que se encuentra en la metrópoli, si bien podría tener más recursos disponibles, contará con menos poder de acceso o influencia institucional y, como resultado de ello, observará que la competencia por acceder a estos recursos es más intensa y desgastante. Finalmente, el grado de influencia que pueden alcanzar las empresarias en el contexto local en que se mueven puede movilizar incluso la estructura burocrática que las atiende, teniendo un efecto performativo. (2014, p.171).

En conclusión, las perspectivas teóricas utilizadas para analizar trayectorias tienen la finalidad de definir y justificar las sendas o trayectos, así como las estrategias que los actores ejecutan, generalmente influenciados por aspectos sociales, culturales, económicos, simbólicos, psicológicos, étnicos, motivacionales, entre otros. En general, se puede decir que es la base que justifica la recolección de datos, que son útiles para posteriormente interpretar los procesos de los recorridos; así mismo es posible argumentar y clarificar los trayectos.

Con la perspectiva de trayectoria es posible develar los cambios que ocurren a los actores en la era de la globalización, la sociedad del conocimiento y la digitalización. También se observa la influencia que tiene el sistema político, económico, cultural y educativo en los cambios de los trayectos.

II. MARCO CONTEXTUAL. EL MÍNIMO RECONOCIMIENTO Y APOYO A LOS NEGOCIOS ARTESANALES EN BAJA CALIFORNIA, LA COMPETENCIA DE MANUFACTURA Y LA COVID-19: EL PROBLEMA

“Aunque los poderosos no quieran reconocernos, [...] si habemos artesanos auténticos en esta zona turística, algunos nacieron aquí, pero otros venimos de todos lados. Tenemos la responsabilidad de representar la grandeza de México, [...] por eso defendemos nuestros negocios y en nuestras piezas esta nuestra cultura” (D, entrevista, 2022).

2.1. El impulso por conocer las trayectorias de los negocios artesanales

Previo a conocer el contexto de los negocios artesanales se considera valioso exponer algunos hechos personales, ya que estos son los impulsores que motivan a conocer las trayectorias de estas unidades económicas en el contexto de la COVID-19. Se espera que estos hechos no sean interpretados como “queja o denuncia personal”, más bien se aspira a que, sean considerados como antecedentes contextuales. Para no extender esta sección, solo se hará referencia a los siguientes cuatro acontecimientos:

- El primer hecho ocurrió radicando en un poblado dedicado primordialmente a las actividades de albañilería, trabajo del hogar remunerado, trabajo campesino, jornalero y artesanal en el estado de Puebla. En el año de 1995⁵, acudieron colaboradores del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)⁶ a realizar el conteo, una de las preguntas fue:

⁵ “[...]con la intención de satisfacer la creciente demanda de información por parte de las instituciones, organismos y usuarios en general, así como de actualizar en periodos más cortos que los decenales” [...] el INEGI realizó dos conteos de población y vivienda: el primero en 1995 y el segundo en 2005. Además, en 2015 “levantó una encuesta de cobertura temática amplia y con un tamaño de muestra que permite obtener información a nivel municipal”. INEGI (2017-2021).

⁶ El INEGI es responsable de normar y coordinar el Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica (SNIIEG); además se encarga de producir y difundir Información de Interés Nacional (IIN) para toda la sociedad; cada 10 años realiza el “Censo de Población y Vivienda”, con el “objetivo de producir la información sobre la dimensión, estructura y distribución espacial de la población, así como de sus principales características sociodemográficas y culturales, además de obtener la cuenta de viviendas y sus características”. INEGI (2017-2021).

“¿En esta vivienda a qué se dedican?”, la respuesta de un familiar fue “al campo” y no hubo más interrogantes con respecto a las actividades económicas, cabe mencionar que esa vivienda era habitada por personas dedicadas a todas las actividades económicas ya mencionadas y todos adicionalmente realizan trabajo artesanal.

- El segundo motivo es, que por un lado radicando en Tijuana y Rosarito, B.C. hasta el momento, personalmente no se ha sido participe de algún censo o conteo de INEGI, ni de ninguna otra institución o dependencia gubernamental. Por otro lado, indagando con personas artesanas que tienen su negocio de artesanías y que radican en el corredor costero turístico Tijuana-Ensenada, se identificó que al menos veintiséis artesanos que tienen una unidad económica artesanal refieren no haber atendido a un representante de INEGI, ni ninguna otra institución o dependencia gubernamental para ser contabilizado.

Otra artesana de Tijuana refiere que en el censo de INEGI 2020 la persona representante de INEGI le preguntó “¿a qué te dedicas?”, a lo que la artesana respondió “soy artesana, hago las artesanías aquí, en mi casa, pero como no tengo local las vendo en eventos”, la persona representante de INEGI le respondió “¡ay!, pero los artesanos son indígenas y están en el sur, mejor le vamos a poner comerciante, si, así, nomás comerciantes” (Y, comunicación personal, 2020).

- El tercer hecho ocurrió y fue relatado previo a este estudio, es la experiencia de un artesano que pertenece a una de las trayectorias analizadas en esta investigación, relata que se enteró que había una capacitación sobre fortalecimiento institucional, contabilidad y recaudación de fondos para emprendedores de arte y cultura, por parte del Instituto Municipal de Arte y Cultura (IMAC), a lo que él se sintió aludido y muy interesado. Por tanto, acudió a tal capacitación, pero al pasar las horas nadie hacía alguna alusión a los artesanos, por lo que solicitó la palabra para preguntar ¿y, los artesanos como le hacemos, que aplica para nosotros o en que parte del arte y la cultura entramos? El capacitador de IMAC estuvo muy sorprendido con dichas interrogantes, con voz de duda y sorpresa contestó: “a estas capacitaciones no vienen artesanos, no sé dónde entran”, “pues, yo creo que en artes plásticas” y continuó desarrollando su capacitación, no se mencionó nada más sobre artesanos, por lo que, con enojo, el artesano dice, como a nosotros siempre nos ignoran, ya para que ir. (D, comunicación personal, 2019).

- El cuarto hecho es referente a cuando se realizó acompañamiento para que la Asociación Civil México artesano solicitara al Centro cultural Tijuana (CECUT), permiso para, en la explanada, realizar un evento masivo de artesanos locales e invitados del resto de la república, grandes maestros artesanos y cocineras artesanales ancestrales. México artesano al solicitar que al jefe del departamento de artes populares le fuere entregado un catálogo con la semblanza de los negocios artesanales incluyendo imágenes de las artesanías que elaboran, la respuesta de un colaborador de CECUT fue “ya le dije, pero ni quiso agarrar el catálogo, dijo, ¡aquí ni hay artesanos, son puros bisutereros!” (representante de CECUT, comunicación personal, 2019).

A través de estos relatos en conjunto con otras experiencias, relatos y observación empírica, en años previos a la disrupción de la COVID-19 se identificó en Baja California, y con mayor densidad en el corredor costero turístico Tijuana-Ensenada, la presencia de negocios artesanales étnicos, seminómadas y urbanos, todos ellos mostrando dificultad para permanecer en el mercado. Así mismo se identificó que es un sector poco comprendido, poco estudiado, poco reconocido y apoyado, por lo que en su mayoría se trata de negocios unipersonales o unifamiliares, operando en condiciones de precariedad e informalidad.

En el momento de la irrupción de la pandemia, surge la inquietud por conocer cuáles fueron los retos, las fortalezas y los cambios o giros que tomaron las trayectorias de estos negocios artesanales durante la evolución de la COVID-19, para transitar y sobrevivir. De acuerdo con Callejas el contexto de la pandemia es idóneo para examinar la “fragilidad del sector tanto en la economía sectorial como en la economía territorial. Es un sector que no está altamente formalizado y que no se adapta a otros negocios, porque el hecho de industrializarlo, le quita su valor artesanal” (Callejas, 2020. P. 1).

2.2. El vaivén del pasado y presente de la artesanía

2.2.1. Los primeros artesanos

El oficio artesanal es una de las actividades de amplia trayectoria de la humanidad, en la antigüedad, de acuerdo con Sennett (2008/2009), se reconocía, elogiaba y respetaba a la persona artesana, se concebía como una persona pública y honorable, al pasar del tiempo el

honor de la persona artesana poco a poco se fue ensombreciendo. A este respecto Sennett (2008/2009) refiere que “El lector de Aristófanes encuentra un pequeño signo de este cambio en el desdén con que este autor trata a los alfareros Kittos y Bacchios como bufones estúpidos en virtud del trabajo que realizan.” (p. 18).

Diversos autores dejan entre ver que a medida que los oficios artesanales se fueron profesionalizando se creó la academia, por tanto, las personas podían validar su conocimiento mediante títulos otorgado por instituciones dedicadas a la enseñanza, las cuales cuentan con el respaldo de los gobiernos. En este orden de ideas Sennett (2008/2009) advierte la magnitud catastrófica del desprestigio y desvalorización que Aristóteles manifiesta en la literatura que escribe sobre los oficios artesanales, “Pensamos que los arquitectos de cualquier profesión son más admirables, tienen más conocimientos y son más sabios que los artesanos, porque conocen las razones de lo que hacen” (Aristóteles, 981 citado en Sennett, 2008/2009, p. 18). Así Aristóteles desecha el termino *demioergos*, que en griego literalmente tiene las siguientes acepciones de significado: maestro, supremo artesano o hacedor. Esta palabra es sustituida por *jeirotejnon*, que tiene como significado únicamente trabajador manual.

Para las personas con gran maestría, quienes eran hacedoras de artículos no solo utilitarios, sino que también bellos, llamarlas trabajadoras manuales significó un inmenso retroceso en diversas poblaciones. Un ejemplo de decadencia lo expone Sennett (2008/2009), este autor menciona que las mujeres, que desde la antigüedad practicaban la tejeduría y a través del tiempo habían alcanzado mayor maestría, eran sujetas de respeto público, puesto que sus destrezas tuvieron aportes significativos en civilización de las tribus cazadoras y recolectoras, “Cuando la sociedad arcaica se hizo clásica, todavía se celebraba la virtud pública de las tejedoras. En Atenas, las mujeres hilaban una tela, *el peplos*, que luego exhibían por las calles de la ciudad en un ritual anual” (Sennett, R., 2008/2009. P. 19), pero poco a poco, se fue modificando la alta valoración de las personas artesanas, y se le dio un sentido más general al trabajo manual, hasta llegar al termino de artesano, término que se aplica en sentido masculino. En este sentido, Sennett, 2008/2009, devela que la evolución de la

“ciencia clásica [...] oponía la destreza manual del hombre a la fuerza de los órganos internos de las mujeres como portadoras del hijo en su seno; contrastaba los músculos de los brazos y las piernas de uno y otro sexo, más fuertes en los hombres que en las

mujeres, y daba por supuesto que el cerebro masculino era más “musculoso” que el femenino”. (Norton, 1993, p. 42-43, citado en Sennett, R., 2008/2009).

2.2.2. Los negocios artesanales después de la revolución mexicana

National and international competitions for artesanos: Dra. Sol Rubin de la Borbolla, Centro Daniel Rubín de la Borbolla A.C.

Exhibir el arte popular mexicano (1921-1947): Mtra. Mireida Velázquez Torres, directora Museo San Carlos.

2.2.3. Los artesanos y las artesanías en México

Revisando la literatura se identifica que, específicamente, las artesanías en México tienen sus inicios primordialmente en las zonas rurales, muchas de ellas con antecedentes étnicos y por ello los artesanos históricamente han sabido aprovechar como materia prima los recursos endémicos de cada lugar, como la flora, la fauna y los minerales, entre otros.

Dichas artesanías son elaboradas con el objetivo de crear artículos utilitarios para la vida cotidiana, para la gran mayoría de personas que hoy tienen un negocio artesanal es significativa la continuidad de los oficios que se han venido practicando tradicionalmente desde tiempos históricos. En este sentido, García (2016) reconoce que la producción artesanal en México es amplia tanto como el número de estados que conforman al país, puesto que en cada lugar aun han descubierto usos distintos de los materiales, han modificado algunas técnicas y además de que los diseños, colores y texturas son reflejo del entorno que les rodea.

Según Forbes Staff (2014) México tiene sesenta y dos etnias, y menciona que cada una de ellas cuenta con sus características específicas de arte popular, que representan a los diversos estados de la nación. A esta idea se considera importante sumar que en México existen etnias que practican dos o más técnicas artesanales y con ellas es posible crear diversidad de objetos. Por ejemplo, el Consejo Estatal para el Desarrollo Integral de los Pueblos Indígenas en su sitio electrónico informa que en la cultura nahua en el estado de México se elaboran distintas artesanías; las predilectas son la técnica de alfarería con la que elaboran utensilios para el uso diario en los hogares, además de alfarería de ornato, en la cual se crean figuras prehispánicas como máscaras, vasijas, deidades y otras piezas que reflejan su cultura; también trabajan la

técnica de vidrio soplado con el que crean una amplia variedad de objetos, además realizan bordados sobre telas y la manufactura de textiles de lana.

2.3 Las buenas intenciones de los concursos artesanales y sus consecuencias no deseadas

Revisando las acciones que las instituciones gubernamentales y fundaciones privadas dedicadas a apoyar, promover, impulsar la producción y venta artesanal, así como otorgar incentivos económicos a los negocios artesanales, se identifica que, con la finalidad de cumplir con su misión y visión planteada, hace más de cuarenta años dichas dependencias han implementado la modalidad de concursos artesanales, en ocasiones de manera individual y otras de forma colectiva, por lo que han venido convocando a los negocios artesanales mexicanos a elaborar una pieza especial y someterla a concurso.

Existen concursos locales, estatales y nacionales, estos pueden ser de artesanía en general o de técnicas específicas de elaboración. Ejemplos de ellos son el bruñido⁷, en el cual participan principalmente los negocios productores que utilizan como única o principal materia prima distintos tipos de barro y el tallado de madera, en el cual se elaboran piezas muy diversificadas con maderas como el palo fierro en sonora, el zompantele en puebla, el copal en Oaxaca o el tlaxistle y ahuehuete en Tlaxcala.

Turok (2014) afirma que “México es un país único de los pocos del mundo que tiene 40 años haciendo concursos artesanales” (44m 46s). El referente de mayor incidencia es el concurso del “gran premio nacional de arte popular” el cual inicio en 1975, por tanto, en el año 2022 se llevó a cabo la edición número XLVII. En este concurso los convocantes son “La Secretaría de Cultura, a través del Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART); y Citibanamex - El Banco Nacional de México, a través de Fomento Cultural Citibanamex, A.C., con el apoyo del Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura, de la

⁷ El bruñido es una técnica ancestral de frotar o pulir una superficie metálica, piedra o cualquier otro material con el objetivo de generar brillo, tal es el caso del barro negro, para obtener brillo en estas artesanías se logra frotado las manualmente con cuarzos.

Coordinación de Memoria Histórica y del Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas” (FONART, 2021. p.1).

La misma Turok (2014) se cuestiona si estos concursos “¿sirven, han tenido un buen resultado entre los pueblos, entre los artesanos y las artistas, los artistas”? (44m 53s). Al respecto las opiniones son heterogéneas, las de mayor incidencia se expresarán en los próximos epígrafes, pero antes se considera pertinente conocer la opinión que merece la pregunta de Turok, (2014) relacionada a si en los lugares donde radican los artesanos “¿está este tipo de promoción y de apoyo a los concursos?” (45m 06s).

A estas interrogantes se pueden encontrar tres grandes posturas. La primera postura y quizá la más expresada es con referencia a la casi imposibilidad de participación. Las críticas de mayor frecuencia que se leen en redes sociales, reuniones formales e informales de los dueños de negocios artesanales, asociaciones civiles y colectivos formadas por los propios artesanos, así como en conferencias y pláticas que se ofrecen para público en general, son que las convocatorias son poco difundidas, los espacios donde principalmente se promueven son en las instalaciones físicas y las páginas electrónicas de las dependencias convocantes, espacios que los artesanos no visitan con regularidad, en ocasiones cuando se enteran es tarde para pensar en la posibilidad para participar, con respecto a los lugares físicos no existe oficina en todos los estados, por ejemplo, la oficina de FONAR está ubicada en la Ciudad de México, por tanto cuando artesanos de Baja California desean participar tiene que trasladarse hacia allá.

Otra dificultad es la burocracia en los trámites para realizar la inscripción. Los artesanos no siempre consiguen toda la documentación, además de que se les dificulta llenar los formularios por lo que en ocasiones tienen que pagar a algún despacho o profesionista que les apoye en este requisito. Es común saber que una persona artesana que logra concursar y ganar localmente es invitada directamente a participar en los concursos estatales y nacionales.

Con respecto a la entrega de la pieza artesanal que se somete a concurso el paso uno es producirla, este proceso que puede llevar alrededor de tres o seis meses dependiendo del tamaño, la técnica y los materiales, después se tiene que llevar o enviar físicamente a la oficina del convocante, el costo y riesgo de traslado corre a cargo del artesano, entre otros

procedimientos y documentación, las artesanías elaboradas con materia prima protegida “por ejemplo: coral negro, palo fierro, caracol púrpura, concha” (FONART, 2021. p.2). el artesano está obligado a presentar los permisos vigentes para la utilización de esa materia prima.

También deberá presentar un estudio socioeconómico, además la pieza debe presentar y pasar la prueba de la “matriz DAM” para ser reconocida como artesanal, para ello el artesano debe elaborar la matriz DAM la cual se encuentra en el “manual de diferenciación entre artesanía y manualidad”⁸ (FONART, 2008. p.1). Por ejemplo, en las bases de la convocatoria para llevar a cabo la edición XLVII en 2022, se expresa en el numeral “Décima primera. - Los Centros de Registro de Obra se reservan el derecho de aplicar la Matriz de Diferenciación entre Artesanía y Manualidad (dam)” (FONART, 2021. p.2). Este proceso prácticamente descalifica a la mayor parte de la producción artesanal mexicana. Al respecto, algunas personas artesanas del área de estudio, a través de los años, han venido realizando su propio análisis, a continuación, se cita algunas opiniones de artesanos que tuvieron una reunión después de participar en un expo artesanal previo a la COVID-19:

“FONART ¡se pasa! serán muy expertos y estudiados, pero no tienen ni idea de lo que tiene que pasar uno de nosotros para crear sus piezas, pero son buenos para criticar y menospreciar nuestro trabajo” (artesana1, reunión de artesanos, 2019). En dicha reunión se exponen diversos motivos por los cuales los artesanos que ya no viven en su lugar de origen, que nacieron en alguna ciudad o que no se auto adscriben a una etnia se sienten incomprendidos, aclarando que “un artesano debe ser reconocido únicamente por su técnica y las piezas que elabora” (artesano 2, reunión de artesanos, 2019).

En esta reunión se hace alusión a que las instituciones gubernamentales y fundaciones dedicadas al fomento artesanal son más bien para gastar los presupuestos otorgados y en el caso de las fundaciones de empresas para deducir impuestos, además de obtener prestigio y poder

⁸ En el año 2005 inicio Foro Nacional Artesanal, con el objetivo de fortalecer el contacto entre dependencias a nivel estatal y federal dedicadas a atender la rama de las artesanías, identificar y dar respuesta a las preocupaciones en común, para ello proponiendo una agenda, un punto de prioridad fue crear una manera para distinguir una artesanía de una manualidad, emitimos foro se realizó en 2008, estos foros tuvieron como resultado, el manual de diferenciación entre artesanía y manualidad, el cual se encuentra la matriz DAM, FONART (2008).

“las instituciones y fundaciones son una elite que adquieren poder gracias a los compas que les siguen el juego, gastan el presupuesto y quieren limpiar sus culpas” (artesano 3, reunión de artesanos, 2019). Así mismo se menciona que debido al recurso económico, así como al respaldo gubernamental, los nombramientos y títulos, la calificación de quien sí y quien no es artesano es inapelable “Solitos crean sus reglas para descalificarnos, solo reconocen a indígenas y que viven es su pueblo, que utilizan materia prima de su lugar, tardan meses y venden barato y la opinión de nosotros pobres y sin títulos no vale” (artesano 2, Reunión de artesanos, 2019).

La segunda postura tiene relación con la pregunta formulada por Turok (2014) referente a si los concursos sirven, a lo cual en el programa “Arte y Artesanía desde la Perspectiva de los Pueblos Indígenas” (INAH, 2014) un artesano invitado declara que se cansaron de pedir apoyo al gobierno y al no encontrar respuesta en Pinotepa de Don Luis Oaxaca formaron la asociación civil grabadores mixtecos unidos, su opinión sobre la utilidad de los concursos es que:

“Le sirve al funcionario que está enfrente del concurso, se ocupan para un fin político, pero en realidad el artesano muy poco. Hay casos que se dan los premios [...] a amigos, compadres, se vuelve a caer en lo mismo, no sirve de mucho”, (López I, 2014. 45m 21s).

López I, continúa reflexionando, en su próxima intervención agrega que “muchas veces a las personas que ponen de jurado no conocen la técnica que esta empleada en las artesanías” (López I, 2014. 47m 00s). Esto hace alusión a que el jurado podría tomar decisiones injustas debido a que en ocasiones quien califica no es artesano o aun siendo artesano no tiene experiencia en la técnica que está calificando, por tanto, su opinión es subjetiva.

Por otro lado, otro invitado quien es maestro en historia y etnohistoria por la INAH ha tenido diversos cargos en instituciones dedicadas a la cultura popular en Quintana Roo y Veracruz, actualmente es investigador en el museo nacional de antropología del INAH (INAH, 2014) y que además ha sido jurado para la premiación de los concursos convocados por FONART, con respecto a, si son de utilidad los concursos, opina que:

“sí, [...] han tenido un papel importante dentro de las comunidades, aun cuando provocan mucha polémica y confrontación dentro de las comunidades, creo que sí, [...] por lo menos han logrado despertar [...] una mayor creatividad [...] entre los artesanos” (Gómez, 2014.

45m 56s). Por su parte una artesana de Xochistlahuaca, Guerrero, que tiene como objetivo enseñar el telar de cintura a las niñas y jóvenes de su comunidad, en idioma amuzgo, opina, con relación a la utilidad de los concursos, que: “Yo pienso que sí, [...] porque hay muchas personas que no conocen la gente amuzga, así aprenden las personas. Sí ayudan porque la prenda que gana se vende más cara” (López F, 2014. 46m 20s, traducción elaborada por la serie "Los Pueblos Indígenas Hoy" del INAH, 2014).

La tercera postura hace referencia a los resultados deseados y no deseados que estos concursos han tenido. Se tiene como antecedente el no reconocimiento y que, con la idea de valorar y reconocer la importancia a las artesanías, se utiliza el nombre de arte popular. Un ejemplo es que después de la revolución mexicana, en las primeras exposiciones en museos se exagera la réplica de lo que era las viviendas mexicanas en esa época, prácticamente tapizando de artesanías las paredes y llenado los espacios, en este afán de reconocer (Turok, 2019).

Se venía dando desde los setentas, ochentas, noventas, de reconocer la autoría del arte popular, que ya no fuera eso que dijo Atl, que era anónimo. Anónimo para nosotros de fuera, en las comunidades sabían exactamente [...] quién tenía el don, que de alguna manera se decía que tiene el don es el que sobresale y con los criterios de arte occidental al reconocer al fenómeno del arte popular y querer apoyar a esta tendencia. ya hay cientos de personas reconocidas y hasta ahí vamos bien porque también se está reconocimiento al pueblo (Turok, 2019. 4m 25s).

Se identifican quizá las buenas intenciones que se tuvo al crear los concursos artesanales, pero a través del tiempo se han observado resultados contraproducentes que no abonan a la ideología por la que se formó el FONART, la cual, de acuerdo con el sitio electrónico oficial, es la “necesidad de promover la actividad artesanal del país” y contribuir al “desarrollo humano, social y económico” de sector artesanal mexicano” (FONART, s.f.).

El hecho de competir, en algunos casos tiene como consecuencia que algunos artesanos se motiven y se esfuercen por mejorar su técnica o generen innovación, pero en este sentido de competir y deseo de ser reconocido como gran maestro artesano y obtener el “gran premio nacional de arte popular” (FONART, 2022 P.1), en algunos casos ha generado distorsiones en cuanto a las representaciones, al uso, las formas e incluso los tamaños. Para ejemplificar el tamaño y la funcionalidad, llama la atención que, en la presentación virtual de artes populares en el siglo XX, realizada en abril del 2022, la ponente en su primera diapositiva proyecta la

imagen de una artesana del pueblo de Cocucho, Michoacán, en su taller artesanal, con sus piezas artesanales, las cuales son cuatro ollas de barro sin haza o mango para sostener o trasladar, el tamaño es aproximado al de su creadora. Al respecto la ponente explica:

Siempre me gusta que también las imágenes puedan decir algo. Ella está junto con las piezas que elabora. Un poco lo que hago es que se vea el tamaño de las piezas, en realidad en Cocucho se hacían de estas piezas anteriormente, pero no de ese tamaño. El tamaño de esas piezas son un producto de los concursos artesanales. Son ollas que se usan para el agua, para guardar granos, pero pues hubo una época en los concursos que la tendencia era, así como el gigantismo. Entonces las grandes ollas, las cazuelas, [...] que, aunque no son funcionales, pero pues ahí está el resultado precisamente de una política pública que tenía que ver con los concursos artesanales (Rubín, 2022. 4m 30s). A continuación, Turok (2019. 5m 28s) analiza que “hoy en día hay una como corriente [...] que pone el nombre del artificio y ya la comunidad pasa a segundo plano”. Con ello se refiere al sesgo de otorgar únicamente importancia a las piezas artesanales, pero no se reconoce a los creadores, ni a los lugares en los que operan los negocios artesanales, al respecto⁹, menciona que, “esto es muy riesgoso muy peligroso porque estamos desincentivando, [...] de por sí hay muchos factores para el abandono de la actividad artesanal entre los jóvenes” (Turok, 2019. 5m 37s).

El no reconocimiento y desvalorización es percibido por algunos artesanos como desmotivación para que continúen con sus negocios artesanales, además de percibirlo como una falta de respeto e incluso violación a sus derechos económicos sociales y culturales. En este sentido un artesano que ha sido amenazado por la policía en distintas ocasiones, ha sido insultado por ciudadanos y le ha sido negado el permiso para vender sus artesanías en Tijuana, comparte su experiencia con las siguientes palabras:

Resulta que como no soy estudiado y no pertenezco a una agrupación, me corren de las instituciones. Cuando fui a solicitar mi permiso para venta, aunque llevaba el efectivo en mi mano, me dijeron “para ustedes no hay nada”, pero mira que días después, la policía me detuvo, me quitaron todas mis cosas y me amenazaron [...] “a la próxima que te veamos vendiendo tus chingaderas no te escapas de la sombra”. Y para que más te guste, yo estando en lugares públicos algunas personas me gritan insultos como, “quitate estorbo”, “deberías trabajar”, “has algo por la patria” y más feo me han gritado. [...] Yo nomas digo porque no podemos respetarnos como la gente, aunque no me ayuden, [...] ósea, nomás conque respeten mi negocito de artesanías ya con eso me doy

⁹ Op. cit., Turok (2019)

por bien servido. Pero nomás no, [...] resulta que ser artesano me hace mala persona, yo creo que eso es violación a mis derechos, pero no hay con quien quejarse (artesano 4, comunicación personal, 2019).

En este orden de ideas Turok, analiza y expresa que “si, no soy el que está ungido y nombrado, ya para que” (Turok, 2019. 5m 51s) haciendo alusión a que las instituciones gubernamentales, fundaciones privadas y sociedad, respetan, valoran y escuchan solo a las personas que han sido nombrados como grandes maestros artesanos, que son originarios y habitan en una comunidad reconocida como comunidad originaria artesanal y que además los productos artesanales son reconocidos como artesanía autentica. Esta realidad actual, Bedoya (2022) la resume en la frase “el que denomina, domina, y que domina, lo que denomina” (20m 30s).

En síntesis, lo conocido hasta el momento indica la necesidad impostergable de ahondar en cuánto a los resultados de las políticas públicas, las estrategias creadas por las instituciones y fundaciones dedicadas al fomento artesanal. Para ello se considera como una tarea esencial, evaluar los beneficios y los perjuicios, así como las ventajas y desventajas, puesto que no es suficiente tener buenas intenciones al crear dependencias, fundaciones, políticas públicas y estrategias. Además, se considera la pertinencia de qué las estrategias plasmadas formalmente en un documento tengan aplicación práctica y que sean el conducto para alcanzar los objetivos establecidos en el campo de la realidad.

2.4 Las artesanías en Baja California

Baja California adolece de suficiente registro documental histórico de los negocios artesanales y sus creadores, la información localizada es primordialmente la referente a la conformación del estado. Es muy sabido que, desde tiempos remotos hasta nuestros días, Baja California se sustenta de personas que llegan con la intención de habitar estas tierras, otras personas que radican temporalmente, otras más que, aunque Baja California no está planeado como su destino, por múltiples razones llegan y además de personas que utilizan esta área geográfica como lugar de paso para dirigirse al interior de la república o para cruzar la frontera e ir a los Estados Unidos.

Al ir conociendo la historia Baja Californiana se han identificado peculiaridades de las personas que a través de los tiempos han llegado al estado, por ejemplo, la procedencia, la forma de vida, la forma en que entienden sus experiencias, lo que les rodea, entre otras. Todo ello es el conducto para identificar la creación de las artesanías y la idea de que la apreciación artística esta interiorizada en las personas.

Es menester hacer saber que la historia narrada por los descendientes de los primeros pobladores de Baja california, a las piezas utilitarias, de ornato o ceremoniales que creaban manualmente no le llamaban artesanía, si no que a los artificios los llamaban por su nombre de uso, en el idioma correspondiente (P, comunicación personal, 2022).

Los pobladores de referencia también narran que sus antepasados no acostumbraban a comercializar sus piezas creadas, lo que realizaban era el trueque —intercambio— por otras piezas o por alimentos o como pago por algún trabajo. Al pasar del tiempo al crearse el dinero como hoy lo conocemos, a las comunidades originarias bajacalifornianas primero llego el dólar americano y después el peso mexicano, entonces ya era posible ocasionalmente comercializar las piezas artesanales entre los integrantes de la misma comunidad. A decir de los propios pobladores, la comercialización de estos artículos con turistas o residentes de otras culturas es una práctica reciente, refieren que tiene aproximadamente veinticinco años y gracias a que ahora, tanto en la urbe como en las reservas de Baja California se utiliza indistintamente el peso mexicano y el dólar americano, se hace en ambas monedas (Q, comunicación personal, 2022).

Retomando los hallazgos de arte y artesanías algunos ejemplos son que, desde la época precolombina, en las cordilleras del estado de la península de Baja California, existen pinturas rupestres y petroglifos labrados tanto por las personas nómadas que transitaban esta área geográfica, como por los grupos que decidieron formar asentamientos humanos y ya no emprender largos recorridos, estos grupos son de procedencia Yumana —descendientes de los nativos americanos—. En la actualidad son a ellos a los que nos referimos como las culturas nativas de Baja California, de la cual provienen las comunidades originarias kumiai, pai pai, kiliwa y cucapa, culturas que aun habitan en el estado (Garduño, 2015).

La historia documentada refiere que, de los Yumanos, se derivan quince etnias con lenguaje propio, considerados los primeros pobladores de lo que hoy son los “desiertos de Baja

California y Sonora en México, y Arizona y California en Estados Unidos” (Garduño, 2010, p. 3). Por un lado, se sabe que esta cultura en la parte norteamericana data de entre los veinticinco mil y quince mil años, por otro lado, en Baja California la antigüedad de estos asentamientos es más joven, está ubicada entre los dos mil quinientos y mil quinientos años.

Esta es una de las razones por la cual los expertos refieren que la presencia de estas culturas humanas en el noroeste de México es la resultante de diversas sucesiones de migraciones realizadas del norte de los Estados Unidos. Los periodos de registro son distintos puesto que dependen de la zona de arribo, a través del tiempo los recorridos geográficos, eran cada vez más y más cortos hasta generar los asentamientos que hoy conocemos. Al habitar estos espacios reprodujeron y en algunos casos adaptaron su cultura, idioma y creación de objetos artesanales que les permitía guardar granos, almacenar agua, protegerse de las temperaturas, con lo que en general les hacía la vida más fácil (Owen, 1959; Burton, 1973; Ochoa, 1979; Garduño, 2010 y 2015).

La importancia de que los primeros pobladores bajacalifornianos crearan artículos artesanales radica en el ámbito de la sobrevivencia, con el paso del tiempo la forma de vida y las necesidades se fueron transformando. De acuerdo a diversos autores (Bejarano 2007 y 2013; Álvarez de William, 2007 y Ogás, 2006), se aporta un muy breve recuento desde las disciplinas de la historia, la etnografía, la antropología y arqueología que dan cuenta de los arcaicos hacedores artesanales, pues al crearse los primeros asentamientos resultaba necesario tener artefactos para la caza de animales menores, la pesca en el océano pacífico, la recolección y almacenamiento de frutos y semillas, así como artículos de vestimenta y calzado; un punto trascendental son los artículos utilizados con fines, medicinales, recreativos, lúdicos y la práctica de rituales ceremoniales como danzas y cantos.

En este orden de ideas Bejarano (2017) reflexiona que, en las investigaciones realizadas de los primeros pobladores de ambas californias, es posible identificar la presencia de artesanías. La autora refiere que existe aspecto de ornato en la cestería, la cual desde sus inicios hasta hoy es elaborada primordialmente con hojas de pino, salvia y junco; también se observa

que en la actualidad los utensilios elaborados con barro y plantas endémicas continúan siendo adornados con imágenes de la flora, fauna, además de “grecas rítmicas¹⁰”.

Los utensilios mencionados continúan utilizándose para la recolección de frutos, semillas, plantas, almacenamiento de líquidos, para crear y portar medicina, además de actividades recreativas, lúdicas y ceremonias para ellos sagradas. Las características estéticas y su entorno son visibles en objetos que resultaron necesarios al dejar de ser nómadas y que se utilizan para la vida diaria, por ejemplo, en las piedras gigantes formaron morteros para la molienda de semillas y frutos secos como la bellota de encino, para la elaboración del conocido popularmente como café de bellota, y en las herramientas para algunas cosechas y la caza de animales menores.

Hoy en día podemos decir que a estas culturas Yumanas la frontera las cruzó, puesto que después de una sucesión de enfrentamientos, tratados y acuerdos binacionales, el “22 de julio de 1882 se firma el Tratado de Re monumentación” (Castro, 2002, p. 261), que pretendía establecer la línea fronteriza específica y claramente definida; después el “12 de noviembre de 1884, se firma el tratado de línea fija¹¹” el cual tuvo como objetivo la conformación de la primera comisión de límites binacionales, posteriormente “en 1889 se crea La Comisión Internacional de Límites y Aguas entre México y los Estados Unidos (CILA)¹²” (Castro, 2002, P. 261).

Los hallazgos tanto en California como en Baja California muestran en los objetos que se elaboraban manualmente la manifestación de adornos aplicando relieves y texturas armoniosas, combinaciones de colores y tonalidades, además de representaciones de su entorno, las cuales se intuye, corresponde a propósitos de cosmovisión y estéticos (Museo del sitio campo Alaska, 2021).

¹⁰ Op. cit., (Bejarano, 2017, p. 37).

¹¹ Op. cit., (Castro, 2002, P. 261).

¹² La CILA, es una entidad binacional, cuyo objetivo es hacer valer los acuerdos relacionados a los límites de tierra y agua entre México y Estados Unidos. Consecutivamente, a la firma del tratado de aguas en 1944, firma que otorgó a este organismo un papel de mayor protagonismo en la frontera norte, pues el manejo de las aguas en los ríos limítrofes de la región fronteriza binacional es compartido. Castro, (2002).

De acuerdo con Álvarez de William (2007) los descubrimientos, a los que se hizo referencia previamente, apuntan a que los primeros pobladores tenían un gusto por la estética, goce visual y prácticas en las que descubrían sentimientos y emociones; además se deja entrever que los pobladores iniciadores de Baja California tenían propensión a embellecer no solo los utensilios cotidianos, sino que también a engalanar su propio cuerpo con vestimenta, joyas, pigmentos y tatuajes, por ejemplo con los atavíos de plumas, collares con semillas, piedras, caracoles y conchas. Estas piezas eran formadas minuciosamente con intención de hacerlo bien hecho y que quedara como herencia para sus descendientes, que a la vez fuese cómodo y agradable a la vista. Hay que recordar que los objetos creados eran llamados por su nombre, puesto que para ellos no existía el concepto ni de arte ni de artesanía.

Álvarez de William (2007) y Bejarano (2013) reflexionan que, por los tiempos de la conquista evangélica en la región aunada con la venida de europeos, los asentamientos iniciaron a realizar intercambio de productos, un ejemplo es el trueque de chaquira la cual traían de Europa. Estas cuentas de vidrio de distintos colores comenzaron a utilizarse para la elaboración de capas ceremoniales en las reservas cucapah, estas capas elaboradas artesanalmente aún se conservan en la indumentaria tradicional de la cultura en mención.

La mayoría de los antecedentes mencionados, con respecto a los primeros pobladores de lo que hoy es el estado de Baja California y California, se encuentran en poder del Museo del Hombre, en San Diego, California, el cual expone piezas realizadas artesanalmente de cerámica paipái, kumiai y cestería ceremonial de los grupos de dependencia Yumana. Bejarano (2013) se formula la pregunta retórica “¿Por qué en San Diego?” a lo cual explica “Simplemente porque en San Diego hubo una revaloración temprana de los objetos artesanales indígenas”. Con la intención de dar soporte a su afirmación, cita como ejemplo a Charles Lummis, quien fue el editor de la revista californiana “Land of Sunshine” publicada del año 1896 al año 1903. Explica que, desde la llegada a la costa oeste “se hizo cargo de la dirección de dicha publicación de bienes y raíces, Lummis la dedicó a artículos de promoción, de inversión en California, y de estudios etnográficos de los indígenas americanos y regionales” (p.40).

Ahora podemos encontrar información sobre estas culturas y sus artesanías en museos en Baja California, por ejemplo, el museo Kumiai y el museo de sitio Campo Alaska la Rumorosa, ambos en Tecate; el museo de las Californias en el CECUT, Tijuana; museo wa kumatay —casa grande del jefe grande— en Rosarito; el museo histórico regional y el museo histórico comunitario del Valle de Guadalupe, los dos en Ensenada.

Previo a proseguir con el recuento de la evolución artesanal en Baja California se considera la pertinencia de dedicar unos breves párrafos a un resumen sobre la información de algunos hechos históricos relacionados con la conformación del estado. Para ello se retoma información del gobierno de México, publicada en su portal oficial, con motivo de conmemorar la fundación del estado, específicamente de la mapoteca —recinto donde se resguardan los mapas— “Manuel Orozco y Berra” (Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera y Gobierno de México, 2020). en la que se da a conocer la imagen de la ““Carta de Baja California”, que data del siglo XIX” (Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera y Gobierno de México, 2020).

Por lo que se sabe en cuanto a la toponimia —origen y el significado de los nombres propios de las regiones o lugares— del estado, dos versiones son las más aceptadas. La primera versión referente a la creencia de que el nombre es designado por los conquistadores españoles; el título tiene origen en un lugar imaginario llamado “Las sergas de Esplandián”, novela de caballerías de Garci Rodríguez de Montalvo, publicada en 1510. La segunda presunción es que la palabra California refiere a la mezcla de los vocablos del idioma catalán-marroquí “calor” y “forn”, imputadas a Fray Junípero Serra, quien las utilizó en la construcción de la frase que en español se traduce como “aquí hace más calor que en un horno” (Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera y Gobierno de México, 2020).

De acuerdo con el Instituto de Investigaciones Históricas (2021), este territorio al pasar del tiempo y lo que se ha documentado ha tenido diversas modificaciones en cuanto a sus límites y nombres. En la constitución de 1824 se forman las provincias llamadas Alta California, hoy California, EU y Baja California, incluyendo lo que hoy son las dos bajas californias en México, obteniendo el carácter de territorios federales; en 1835, el régimen federal es sustituido por el centralismo, la zona fue fraccionada en tres segmentos: norte, centro y sur.

El Instituto de Investigaciones Históricas (2021) y Terrazas (1990) documentan la guerra territorial que en el periodo de 1846 al 1848 mantuvieron México y Estados Unidos. Ellos relatan que en febrero de 1848 se firma el tratado de Guadalupe Hidalgo, con ello México otorgó a los Estados Unidos el 55 por ciento del territorio nacional, incluyó la totalidad de los estados que en la actualidad son Utah, Nevada y California, así como la mayor parte de lo que hoy es Arizona, Oklahoma, Nuevo México, Texas y Colorado, y una sección menor de cincuenta por ciento de Wyoming, Kansas. Además, México aceptó como la frontera del sur con los Estados Unidos el Río Grande.

Esta parte de la historia es a la que hacen referencia las comunidades originarias del corredor turístico costero Tijuana-Ensenada, al referirse con que la frontera los cruzó o la frontera los dividió, pues en la región existían las culturas Yumanas. Al designar la frontera que divide a ambos países, también divide la cultura, por ello es que las comunidades originarias de ambos lados de la frontera comparten, entre otras características, el idioma y la cosmovisión. Por lo anterior las técnicas, las formas y los significados artesanales tienen semejanza; no obstante, a partir de crear la frontera binacional, las mismas culturas han tenido realidades distintas. Solo por poner un ejemplo recurro al relato de una artesana kumiai de Ensenada la cual relata con semblante de tristeza:

“El destino fue así, mis ancestros perdieron la vida por defender estas tierras, ¡el hogar de todos!, pero a nuestros hermanos los brincó la frontera, ellos tienen la suerte de que les respeten sus tierras, son hasta dueños de casinos, [...] por eso decimos que son ¡nuestros hermanos ricos! lo malo es que, aunque allá los ayuda mucho el gobierno, no lo valoran. Ya están perdiendo el idioma y las costumbres, [...] Los jóvenes ya no hacen la artesanía y los pocos que sabían ya se les está olvidando. (Q, comunicación personal, 2021).

Por eso aquí, aunque casi no recibimos ayudas, estamos preocupados porque hemos sabido de pueblos que se desaparecen porque ya no siguen su cultura, nosotras sabemos que la cultura se mantiene viva si seguimos hablando, danzando, cantando y haciendo nuestras artesanías, yo les digo a las gentes que no importa que lo hagan como un negocio, pos de algo hay que comer, pero que no dejen de hacer la artesanía porque es la cosa material con la que podemos decir que aquí seguimos”. (Q, comunicación personal, 2021).

Posteriormente en el año 1887 se crean solo dos zonas políticas, Baja California Norte y Baja California Sur. La división utilizada fue el paralelo 28 de latitud norte. En 1953 el

presidente de la República, Miguel Alemán Valdés, llamó a elecciones de los dos poderes constitucionales, ahí se eligió gobernador, senadores y diputados, para ambos estados (Instituto de Investigaciones Históricas, 2021; Terrazas,1990).

La ubicación geográfica de BC, ha significado en algunos temas y momentos compleja, pero en la mayoría ha resultado ser estratégica para la economía y el turismo binacional, debido a que:

“Baja California está ubicado en el extremo noroeste del país, limitado al norte con California (Estados Unidos de América), al este con Sonora y el mar de Cortés, al sur con Baja California Sur, y al oeste con el océano Pacífico. Está conformado por cinco municipios. Su fundación como estado de la Federación fue el 16 de enero de 1952, cuando se publicaron reformas a los artículos constitucionales 43 y 45 en el Diario Oficial de la Federación.” (Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera y Gobierno de México, 2020).

En sus inicios este estado estaba conformada por tres municipios y su capital Mexicali, Playas de Rosarito que antes era una delegación de Tijuana es designada oficialmente como el cuarto municipio en el año 1995.

Así mismo se hacen dos aclaraciones. La primera es referente a la controversia que se ha debatido en diversos ámbitos, como academia, sector gobierno e incluso medios electrónicos, debido a que es habitual que las capitales de los estados sean los municipios con mayor población, receptoras de inversión, alto índice de turismo, etc. la pregunta que pulula por doquier es ¿Por qué Tijuana no es la capital de Baja California? La explicación del gobierno de México obedece a su ubicación geográfica. De acuerdo al gobierno mexicano (2020), existe el acuerdo anti pirata, el cual impide a puertos y fronteras, ser sede de poderes políticos.

Esta decisión fue una decisión Virreinal del siglo XVI, en la que se prohíbe que los piratas ingleses o filibusteros tomaran los puertos de la costa, por ello los poderes debían designarse tierra adentro. Cuando Agustín de Iturbide se constituye emperador mexicano se ratifica que ningún puerto será capital. La firma se realizó en el Primer Congreso Constituyente de 1822 y aunque ha habido propuestas para que Tijuana se designe capital, hasta el momento,

no han fructificado a pesar de que el crecimiento económico y desarrollo de Tijuana continua a paso veloz.

La segunda es que durante esta investigación se designaron dos nuevos municipios, uno fue San Quintín, el cual antes era una delegación de Ensenada. El 27 de febrero de 2020, San Quintín es oficialmente el quinto municipio y el 2 de julio de 2021, San Felipe, el cual era municipio de Mexicali, se consolida como el sexto municipio de Baja California.

En otro aspecto, cabe recordar que Baja California es un estado que al pasar del tiempo se ha forjado por migración interna y externa, aquí convergen emprendimientos artesanales de producción con distinciones particulares unas de otras. Esta diversidad obedece a las épocas migratorias, la procedencia de los artesanos, las nuevas generaciones nacidas en la región y finalmente la mezcla e intercambio cultural que coexiste en esta frontera caracterizada por su amplio dinamismo económico, social y cultural. Subsisten negocios artesanales de los grupos que migraron antes de que existiera la frontera, hoy considerados como pueblos nativos u originarios, negocios que se encuentran en las reservas de estas culturas y se desplazan a las ciudades para hacer entrega de sus producciones o eventos donde promueven y venden sus artesanías.

Así mismo están las etnias que migraron cuando el estado ya era oficialmente reconocido. Por ejemplo, la comunidad mixteca que radicó hace décadas en la colonia Valle Verde, Tijuana. Los integrantes de estas etnias se dedican a la técnica artesanal de bordado. Asimismo, se encuentran negocios que no se auto adscriben a una etnia y que en algunos casos sus dueños nacieron en Baja California y, en otros, migraron al estado. Estos negocios se ubican primordialmente en los municipios del estado. Los dueños de estos negocios son conocidos como artesanos urbanos.

Además, tienen presencia los negocios de artesanos mexicanos y otras nacionalidades que pueden pertenecer o no a una etnia, que en algunos casos se auto adscriben a su etnia y en otros no, pero su característica primordial es que suelen desplazarse a otros estados del país, incluso a otros países. Los dueños de estos negocios son identificados como artesanos seminómadas.

Continuando con el razonamiento, todas las opciones de negocios artesanales en Baja California encuentran que la flexibilidad y dinamismo de esta frontera resulta apropiado para la comercialización de artesanías. En este sentido, Rivera et al. (2008) expresan que la artesanía resulta ser de importancia para el turismo que desarrolla un gusto y aprecio por las expresiones populares del arte elaborado con diversos materiales. Mencionan, además, que el binomio de transformar recursos naturales en productos artesanales que reflejan cultura ha sido exitoso, aumentando los ingresos económicos de poblaciones.

Revisando la literatura y realizando observación no participante, se visualiza qué en la frontera norte de México, los emprendimientos artesanales muestra singularidades específicas, algunas de ellas son: que hay mayor combinación de técnicas; la innovación es impulsada en parte por el mercado que demanda estas piezas; las personas que se dedican al oficio artesanal acceden a limitado o nulo apoyo gubernamental, por lo cual buscan formas autónomas de organización y solidaridad como gremio,; además se observa buscan acceder a conocimientos diversos y prácticos que les sea posible implementar para permanecer o fortalecer su emprendimiento.

2.5. El corredor costero turístico Tijuana-Ensenada

Parte importante de las ofertas de artesanías en el corredor turístico costero, conformado por los municipios de Tijuana, Rosarito y Ensenada, se producen en la región tanto por la inmigración nacional e internacional como las reservas Cochimíe, Pa ipai, Kiliwa y Kumiai, ostentando una dinámica amplia, diversificada y en ocasiones poco comprensible del quehacer artesanal en la región.

Los emprendimientos artesanales en el corredor Tijuana-Ensenada permanecen en un proceso de readaptación de producción y desarrollo de sus modelos de negocio para continuar desarrollando esta actividad económica. García (2016) refiere que, a pesar de la larga tradición cultural y artesanal de México, su amplia creatividad reconoce que, en su mayoría, los artesanos se enfrentan a situaciones que dificultan fortalecer sus negocios y ven frenado su potencial económico y productivo. Menciona que la venta es mayormente directa entre el productor y el consumidor, aunque en algunos casos existen intermediarios. También que la estrategia de

mercadotecnia que utilizan los artesanos es dejar un bajo precio y dejarse regatear, y así a veces logran mejorar el número de ventas. Además, la asociación civil “México artesano” refiere que en el corredor turístico de Tijuana a Ensenada han identificado que sus principales clientes son el turismo proveniente de California.

A pesar de la existencia de valoración positiva internacionalmente a favor de las artesanías elaboradas en México, por ser productos que manifiestan la diversidad cultural y social, y que para algunos emprendimientos ha permitido la posibilidad de exportación, para otros les ha implicado grandes esfuerzos sobrevivir, Sales (2013) identifica como desafíos para el desarrollo de los emprendimientos artesanales los siguientes: la conservación de elementos culturales ancestrales; importación de souvenirs y productos manufacturados en maquiladoras, que se ofrecen a los consumidores bajo el título de artesanía; costos elevados de la materia prima que no pueden costear para proveerse; la presencia de intermediarios; y la presión del mercado por demandar diseños distintos a la identidad de los emprendimientos.

A través de distintos ámbitos de gobierno se ha buscado contribuir a la revaloración de las artesanías que se ofertan en la región, principalmente a través de eventos masivos. Por ejemplo, cada año, en ventana del Mar Ensenada B.C se realiza el evento nativo, organizado por el Instituto Nacional de los pueblos indígenas, el Instituto de culturas nativas de Baja California, A.C. (CUNA), La administración del Sistema portuario Nacional Ensenada, El Instituto Nacional de lenguas indígenas, El FONART, El centro cultural Tijuana CECUT y el gobierno municipal de Ensenada. En la Expo Nativa (2022) participan los grupos kumiai, pai pai, kiliwa y cucapa. La finalidad del evento es difundir y fortalecer las técnicas ancestrales de artesanía, practicar los cantos, la danza, cuentos y leyendas (Expo Nativa, 2022).

III. ESTRATEGIA METODOLOGICA

“! hay, deveras que muchas gracias, gracias!, [...] pos, por escucharme tanto ratote. Tenerme la paciencia y hacerme pensar en cosas que, la neta no me había puesto a pensar de mi negocio. Me siento como, desahogada y valorada. La entrevista o como sea que le llames, me sirvió más arto, a mí que a ti. Ya, ya quiero ver que platicaron otros para seguir aprendiendo”
(F. entrevista, 2022).

El objetivo de este capítulo es exponer la estrategia metodológica utilizada para obtener la información empírica que permita recuperar las trayectorias de las unidades económicas artesanales que se encontraban operando en el corredor turístico costero Tijuana-Ensenada a partir del momento en que se informa sobre la existencia de la pandemia de COVID-19 en México.

Los negocios artesanales, como se explicará, fueron sin duda perturbados e impactados debido a las restricciones establecidas oficialmente para prevenir contagios de la pandemia COVID-19. De hecho, todos señalaron haber tenido afectaciones relacionadas a la crisis sanitaria, pero el ámbito más complejo y difícil de afrontar ha sido la incertidumbre económica que, por consiguiente, ha puesto en riesgo la subsistencia.

Con el propósito de dar respuestas a las interrogantes planteadas, este apartado está conformado por cuatro secciones. En la primera sección se inicia por exteriorizar el enfoque metodológico con el que se aborda esta investigación. Este enfoque es fundamentalmente de corte cualitativo, en el cual se privilegia el enfoque de trayectoria. En la segunda sección, se puntualizan los criterios que se utilizaron para seleccionar las unidades económicas artesanales de estudio y la forma en que se accedió a estos negocios artesanales; también se describe la forma en que se organizaron las trayectorias, considerando las distintas situaciones de impactos, reacción y acción de las unidades de análisis en el contexto de la pandemia de COVID-19.

En la tercera sección se describen las técnicas utilizadas para la recolección de los datos para este estudio, con el fin de obtener la información necesaria que permitiera analizar las trayectorias de los negocios que elaboran artesanía en el corredor turístico Tijuana-Ensenada.

Por último, en la cuarta sección se explica la estrategia utilizada para el análisis de los datos recopilados.

3.1. Enfoque metodológico

Con la finalidad de cumplir con los objetivos planteados, en esta sección se busca presentar el abordaje metodológico de esta investigación. Como indica Taylor y Bogdan (2000, p.15) “la metodología se refiere a el modo en que enfocamos los problemas y buscamos las respuestas”. Retomando la aclaración de que esta investigación es de enfoque cualitativo.

Es, además, una investigación de tipo longitudinal, puesto que es esencial analizar los datos manifestados a lo largo de la evolución de la COVID-19, aunque sean momentos breves o periodos de tiempo más amplios en los que ocurren cambios o se manifiestan procesos que van dando forma a las trayectorias de los negocios artesanales durante la COVID-19, por tanto, este estudio es también descriptivo-explicativo. Además, en esta investigación de corte cualitativa se recuperan las trayectorias desde la “*experiencia vivida*” (Van, 2017a, p. 813).

Las trayectorias se analizarán fundamentalmente desde el punto de vista de la fenomenología, la cual es una filosofía y método originado por Husserl (1859-1938) que permite la práctica de la síntesis y trascendencia, por medio del esfuerzo por comprender que significa o a qué se refieren los acontecimientos, aborda los significados y la problemática de estudio desde las experiencias de los actores. Por tanto, en este caso particular, se busca comprender las trayectorias que recorrieron los negocios de artesanías durante la pandemia de la COVID-19 regresando a las experiencias de los y las artesanas que dan vida a estas unidades económicas. La intención es “hacer ver desde sí mismo aquello que se muestra, y hacerlo ver tal como se muestra desde sí mismo” (Heidegger, 1997, p. 57). Para ello se recurre también a la “descripción directa de nuestra experiencia tal como es, sin tener en cuenta su génesis psicológica ni las explicaciones causales que el sabio, el historiador o el sociólogo puedan darnos de la misma” (Merleau y Ponty, 1993, p. 7).

Dicho lo anterior, se puede concebir que, en el caso particular de este estudio, se retorna a los significados y experiencias vividas por los negocios de artesanías, sin que los y las artesanas tengan que realizar alguna conceptualización o teorización, pues el interés del

acercamiento a los negocios artesanales es obtener una descripción detallada de las experiencias, aprendizajes y actividades realizadas en el contexto de la COVID-19.

A partir de lo anterior, se entrevistó a los artesanos y las artesanas dueños y dueñas de los negocios. Para mayor comprensión de las trayectorias se tomarán también en consideración las experiencias, estrategias y modos de operar en los meses previos a la declaración de la pandemia COVID-19.

Para este estudio se revisaron diversas fuentes teóricas con el propósito de dar mayor soporte a la configuración del análisis de los objetivos planteados. Para realizar una estructura viable, en principio se determinaron las unidades de análisis, y enseguida se continuó con el diseño de la instrumentación metodológica que permitió recolectar la información necesaria para conocer las trayectorias de los negocios artesanales, las cuales incluyen los retos y los impactos de la pandemia, las estrategias que están utilizando para mantenerse en la actividad económica y los planes que tienen a futuro para mantener, crecer y fortalecer su emprendimiento artesanal.

3.2. Criterios para seleccionar las unidades de análisis

Considerando que para realizar la presente investigación se tenía tanto tiempo como recursos limitados, y sumando las dificultades inherentes para obtener la información en el contexto de la COVID-19, algunas de las dificultades presentes durante el trabajo de campo fueron incorporar las medidas preventivas recomendadas por el sector salud, con la finalidad de reducir el riesgo de contagio entre las personas, en los espacios donde se realizó tanto las entrevistas semiestructuradas, la comunicación personal y la observación no participante.

Las unidades de análisis de este estudio fueron los negocios dedicados a la rama artesanal, que en el momento previo a la COVID-19 y durante la pandemia se encontraban operando en cualquiera de los municipios de Tijuana, Playas de Rosarito o Ensenada, Baja California, municipios que en conjunto forman el corredor costero turístico, Tijuana- Ensenada.

La información empírica necesaria para poder diferenciar las trayectorias seguidas por los mismos fue ofrecida por las personas artesanas, dueñas de los negocios artesanales. A pesar

de que se observó y se tuvo comunicación personal con alrededor de cien unidades económicas de esta rama, se entrevistó únicamente a 24 negocios dedicados a la actividad económica artesanal, ubicados en la región de estudio.

Para el examen concreto de las trayectorias de los negocios artesanales, se parte de una muestra no probabilística, intencional¹³, muestreo denominado por Patton (1900, p.169). Esto quiere decir que la selección de los entrevistados es acorde a un perfil, al conocimiento y la aptitud de estos para ofrecer información valiosa sobre una problemática en específico (Anduiza et al., 1999. P. 83). Por tanto, para la investigación cualitativa las muestras son sumamente pequeñas (Castro, 2002. P. 162).

Como señala Patton (1990. p.169), el razonamiento del “muestreo intencional” está fundamentado en la selección de casos con información abundante y valiosa, lo cual posibilita condiciones óptimas para realizar estudios en profundidad. En esta investigación cualitativa, se utiliza el “muestreo intencional (no probabilístico)” con la finalidad de profundizar en aspectos concretos de las trayectorias, a través de la interpretación y análisis de las entrevistas semiestructuradas y la observación no participante, así como mediante comunicación personal, sin la pretensión de generalizar los resultados del gremio artesanal.

Concretamente, las unidades de investigación son: negocios que previo a la pandemia de la COVID-19 se encontraban operando en el corredor costero turístico Tijuana-Ensenada. Los informantes considerados para este estudio son las personas artesanas dueñas del negocio artesanal, que ellos mismo son los productores de artesanías, que la mayor parte de su labor la desempeñan manualmente, transforman materias primas poco procesadas, dichas personas son quienes diseñan manual o mentalmente, producen, promueven y comercializan las creaciones artesanales que elaboran, generando de este modo una unidad económica en el ramo artesanal. Esta es, en concreto, la definición operativa de negocio artesanal válida para nuestro estudio.

Lógicamente, si bien no se buscó una representatividad de la muestra con respecto a la población objetivo de unidades económicas artesanales, a fin de generalizar los resultados, sí se trató que en la muestra hubiera una representación lo más cercana posible a lo existente en la

¹³ Una muestra intencional es aquella que cumple con el perfil de estudio.

región. De ahí que, en el caso de los negocios seleccionados para este estudio, se buscó que respondieran a un conjunto de requisitos.

Esto, debido al tiempo limitado y determinado para concluir la investigación. Por tanto, en este estudio se descartan como parte del análisis los negocios de alimentos, bebidas y dulces típicos elaborados artesanalmente, así como las producciones artesanales que no se comercializan, por ejemplo, las producciones artesanales que únicamente se elaboran para uso personal, familiar o comunitario, así mismo se prescinde del análisis de la actividad artesanal desarrollada como pasatiempo.

Así, los requisitos para ser incorporados a la muestra, en primera, es que las operaciones de estas unidades económicas hayan surgido previo a la pandemia de COVID-19, en segunda que las personas dueñas del negocio, sean las personas artesanas quienes diseñan y producen las piezas artesanales y en tercera que estos mismos negocios sean los que promueven y comercialicen sus propias piezas artesanales.

El énfasis, fundamentalmente, se pone en aquellos que a la fecha continúan desarrollando actividad económica artesanal, aunque también se incluyen los negocios artesanales que durante la pandemia suspendieron actividades temporalmente o cerraron definitivamente, pues ambas son, obviamente, trayectorias posibles como resultado de la pandemia.

El estudio es de tipo longitudinal, aunque ajustado a las características que la problemática de investigación adquiere en un período particular, referido específicamente al contexto de la pandemia de COVID-19. De ahí que puede decirse que la temporalidad planteada en este estudio es de enero de 2020 a agosto del 2022, momento en el que se concluye el trabajo de campo de la tesis.

3.2.1 Estrategias para seleccionar los casos de la muestra

Es importante señalar que, como autora y artesana, desde los nueve años de edad he elaborado piezas artesanales y durante más de quince años también he comercializado la artesanía que elaboro, por lo cual conozco de primera mano a un número importante de artesanos y artesanas.

Además, como parte del ecosistema, también he tenido relaciones con organizaciones que agrupan a las personas que se dedican a la actividad artesanal. Estas dos vías fueron las utilizadas para identificar y acceder a las unidades que se incorporarían a la muestra seleccionada. Esto es, los contactos personales y los contactos por vía institucional.

Cabe señalar que la experiencia como artesana, los contactos previos y la observación no participante permitieron el *rapport* idóneo para, como lo indica Taylor y Bogdan (1994), conseguir que las personas informantes se abran y expresen sus experiencias y sentimientos relacionados a una situación o a otras personas. Lograr empatía, confianza, escucha activa, sentido de sintonía emocional e intelectual, ha sido fundamental para acceder a obtener entrevistas semiestructuradas con información valiosa tanto verbal como no verbal.

Con relación a la vía institucional, se debe señalar que para tener acercamiento a los informantes dueños o responsables de los negocios artesanales fueron clave dos asociaciones civiles (A.C.), la primera es México artesano, B.C.¹⁴, la segunda es el colectivo Ollin Calli Tijuana¹⁵ y en el caso de los contactos personales, fue indispensable retomar la comunicación directa e intencional con los dueños de los negocios artesanales con los que previamente se había tenido algún tipo de acercamiento.

En el primer caso, se contactó al fundador¹⁶ de la A.C. México artesano, B.C., lo cual fue posible gracias a que conocía a algunas de las personas artesanas integrantes de la agrupación con años de antelación a su fundación. Desde su constitución como A.C., me he

¹⁴ México artesano es una Asociación Civil sin fines de lucro, fundada en 2017 por artesanas/os radicando en Tijuana, Rosarito, Ensenada y Tecate, en el estado de Baja California, dos de sus objetivos primordiales son el apoyo y solidaridad entre artesanas/os y generar espacios para la promoción y comercialización de artesanía.

¹⁵ El colectivo Ollin Calli, fue constituido como A.C. en el año 2012, se dedica a apoyar a mujeres que viven violencia; a la capacitación, acompañamiento y defensa de derechos humanos laborales con perspectiva de género, además de promover el comercio justo y tiene una pequeña cooperativa de artesanas.

¹⁶ Mediante comunicación personal, refiere que, después de años “luchando solo” al no encontrar apoyo gubernamental, ni de institución de fomento a las artesanías, e identificando que otras personas se encontraban en la misma situación de desprotección y dificultad para continuar con los oficios artesanales, propuso crear México artesano para apoyarse como gremio y ellos mismos generar espacios de solidaridad, de promoción y venta de artesanías, libre de imposiciones partidistas o religiosas y étnicas.

mantenido cercana a sus acciones, he acompañado algunos procesos y he realizado trabajo pro-bono¹⁷.

Por poner un ejemplo, en el año 2019 la mesa directiva me asignó la tarea de realizar la ficha de identificación de cada unidad económica artesanal que integra México Artesano, la cual incluyó una reseña de cada artesano y artesana, la historia de cómo surgió el emprendimiento o negocio, el oficio artesanal que desarrollan, así como las técnicas que emplean para elaborar artesanías y un compendio de imágenes representativas de los artículos que elaboran. Para lograr la encomienda, en algunos casos el contacto fue mediante llamadas telefónicas y en otros casos hice visitas a los lugares donde producen o donde comercializan las artesanías.

Al momento de realizar las entrevistas para esta investigación, el artesano fundador de México artesano, en primer lugar me concedió la entrevista en Playas de Rosarito; en segundo lugar, agendó una cita con una artesana que contactó por *Facebook* y me acompañó a realizar la entrevista en el municipio de Ensenada; en tercer lugar, me acompañó a entrevistar a dos integrantes de dicha A.C., y a buscar a los dueños de otro negocio, con quienes se perdió contacto durante la pandemia de COVID-19, lo cual ocurrió en el municipio de Ensenada; y, en cuarto lugar, en Rosarito apoyó en el cuidado de un bebé y un niño especial, mientras se realizaba la entrevista al padre de los dos niños mencionados, (el artesano entrevistado es papá soltero, extranjero y no cuenta con red de apoyo amplia de confianza para el cuidado de sus hijos).

En el caso del colectivo Ollin Calli Tijuana A.C., fue valioso el aporte debido a que en sus acciones incluye el apoyo y acompañamiento a artesanos; promueve el comercio justo; la recuperación de los saberes ancestrales, el arte y la cultura a través de la artesanía. Para esta investigación el colectivo proporcionó el contacto de los y las artesanas con las que tiene algún tipo de alianza y/o han sido apoyados.

¹⁷ Entendido como: realizar trabajos profesionales o técnicos gratuitamente, que beneficie a un grupo o comunidad poco privilegiada y las organizaciones que tienen como objeto social apoyarles, sin esperar pago o retribución económica.

Con respecto a los contactos personales, este fue posible a través de tres medios: el primero fue utilizar una lista de negocios artesanales que elaboré en septiembre del 2020, con el propósito de apoyar la realización de encuestas que abonaran en la fase II al estudio “impactos de COVID-19 en las empresas” realizado por el grupo GIDI¹⁸.

Esta encuesta de GIDI fue contestada por 16 negocios artesanales. Para ello, en octubre del 2020 contacté a los dueños o responsables de estos negocios, para invitarles a responder la encuesta electrónica, lo que fue en sí mismo un reto, debido a que sus participaciones enfrentaban varios obstáculos, los principales fueron: no saber cómo hacerlo, no tener confianza, no creer que eso les sea de utilidad y no contar con teléfono o computadora.

Acudí personalmente a sus talleres para apoyarles a realizar la encuesta del estudio de “impactos de COVID-19 en las empresas”, estudio que tuvo como propósito medir las afectaciones de la pandemia en las empresas, cómo se estaban adecuando y cómo estaban enfrentando los desafíos. Los resultados de esta encuesta, correspondiente a las unidades artesanales que participaron en la misma, serán presentados en el capítulo V “una mirada a los negocios artesanales en el corredor Tijuana-Ensenada ante la crisis a partir de una encuesta”. Pero, como se dijo, el mismo listado de negocios sirvió posteriormente para las entrevistas individuales.

El segundo medio de contactos personales fue implementar la técnica de bola de nieve con personas conocidas, primordialmente artistas, artesanas/os, activistas, docentes, promotores culturales, trabajadoras/es de base y promotoras comunitarias. La mayoría de los contactos los obtuve debido a que previo a la pandemia yo misma ejercía oficios artesanales, asistía a eventos de arte y cultura en los que convergen negocios artesanales del corredor turístico Tijuana-Ensenada y en el sendero de activismo y defensa de derechos humanos laborales con perspectiva de género.

¹⁸ “Grupo Interinstitucional de Investigación (GIDI), integrado por investigadores del El Colegio de la Frontera Norte, El Colegio de Sonora, la Universidad Estatal de Arizona, el Centro de Inteligencia Estratégica (AXIS) y el Despacho Ruíz-Morales y Asociados”. Carrillo, J., et al. (2020).

El tercer medio de contactos personales, en el que también utilicé la técnica bola de nieve, fue durante la observación de campo no participante, la cual inicié previo a la pandemia de la COVID-19; en los primeros meses de la pandemia acudí a algunas reuniones de artesanas/os, donde los dueños de los negocios artesanales hicieron esfuerzos de evaluar la situación y crear estrategias para enfrentar los retos que en su momento se estaban presentando. En todas estas reuniones se tomaron notas y constituyeron una fuente importante de información, que se narrará en el capítulo de análisis de resultados.

Agrupando los contactos obtenidos con apoyo de México Artesano, Ollin Calli y los contactos personales, para marzo del 2022 tenía mínimamente 120 opciones para entrevistar. Sin embargo, en la mayoría de los casos no fue posible concretar una cita, las razones son diversas, por ejemplo, en algunos casos se negaron a ser entrevistados, sus argumentos estuvieron relacionados a dos ideas primordiales, la primera es que no identifican la utilidad de escribir, si lo que necesitan son espacios para venta; la segunda es que se imaginan que escribir es, como cuando alguien les dice “que bonito lo que haces,” pero no les compra; otros preguntaron que beneficio directo e inmediato obtendrían si otorgaban la entrevista; otros regresaron o temporalmente se encontraban en su lugar de origen; algunas/os fallecieron durante la pandemia COVID-19; con otros no hubo el tiempo para realizar la entrevista y otros más ya no fue necesario debido a que se alcanzó la saturación teórica. De cualquier manera, tampoco hubiera sido posible entrevistar la relación completa de contactos.

No obstante, con más de la mitad de los candidatos a ser entrevistados se tuvo comunicación personal mediante llamadas telefónicas, y durante la observación no participante primordialmente en reuniones del gremio, en los espacios de producción, en los eventos y lugares donde comercializan artesanía, información que será reflejada en el capítulo de hallazgos.

Finalmente, el tamaño de la muestra para esta investigación fue de 24 unidades económicas artesanales, ubicadas en el corredor turístico Tijuana-Ensenada. Las dos razones principales para limitar esta muestra a esa cantidad fue en primer lugar tener tiempo limitado para la realización de esta investigación y en segundo lugar es que se cumplió a cabalidad con la saturación teórica, es decir, que se identificó plenamente que la información proporcionada

en las últimas entrevistas era repetitiva, ya no se aportaban nuevos datos ni se identificaban distintas trayectorias, por lo que luego de haber realizado la entrevista veinticuatro, se tomó la decisión de que esta fuera la última.

En esta investigación se entiende que el trabajo de campo no concluye hasta haber saturado, esto quiere decir que se debe continuar hasta satisfacer los objetivos perseguidos (Canales y Peinado, 1994. p. 298; Strauss y Corbin, 1998. p. 214). Es decir, cuando se investiga utilizando la metodología cualitativa, se busca los diversos discursos de los informantes, por ejemplo, en este caso que se aplicó la técnica de la entrevista semiestructurada abierta, lo idóneo es, que se tiene que continuar aplicando entrevistas entre tanto los discursos obtenidos develen nuevos elementos a considerar. En el momento que ya no se proporcione nuevos elementos para el análisis, es cuando se debe concluir el acopio de información puesto que ella no es relevante ampliar el tamaño de la muestra. Tal y como lo indica Santamaría y Marinas (1994. P.282 y 283), se llega a la saturación cuando, con las entrevistas ya no se descubre nada nuevo que este relacionado al problema investigado.

3.3. Técnicas de recolección de los datos

Los datos que principalmente sirvieron para determinar el curso de las trayectorias de los negocios artesanales se recabaron por medio de entrevistas semi-estructuradas, utilizando un enfoque cualitativo, con la idea de comprender tales trayectorias desde la propia perspectiva del entrevistado. Esta investigación retoma a Sampieri, Collado y Lucio (2014) en cuanto al sentido de que el propósito principal de este estudio es que comprender y describir las experiencias de las unidades económicas artesanales con respecto al desarrollo de las trayectorias que siguieron los negocios en cuestión durante la evolución de la COVID-19 y “descubrir los elementos en común de tales vivencias” (p. 493).

Se diseñó una guía de entrevista semi-estructurada abierta, la cual se puede observar en los anexos (ver anexo 2). Esta guía de entrevista fue de utilidad como herramienta metodológica para la obtención de los datos precisos sobre los negocios y los variados factores que nos permitieran entender las trayectorias, ya sea cerrar o modificar el negocio artesanal, o mantenerse a pesar de las circunstancias adversas o a lograr fortaleza y crecimiento en otros tipos de emprendimientos, manifestándose así cómo negocios artesanales resilientes.

Para complementar la información obtenida de las entrevistas semi-estructuradas se realizó igualmente observación no participante, en los espacios donde los emprendimientos artesanales diseñan, producen y comercializan las piezas artesanales. La observación no participante, de acuerdo con Sampieri et al. (1991), consiste en observar, de ese modo recuperar datos valiosos, esto se realiza respetando y cuidando no modificar el proceso natural de los actores o fenómeno que se está analizando.

En concreto, la observación no participante consistió en observar la forma en que las personas artesanas, dueñas de los negocios analizados diseñan y producen las artesanías, actividad que se realiza en algunos casos en los hogares, en otros casos en talleres establecidos y en ocasiones en los lugares donde comercializan e incluso algunos producen en eventos masivos. En algunos casos se acompañó a los informantes desde el momento en que se preparaban para participar en alguna feria o expo, en esas ocasiones también se apoyó a empacar y cargar las camionetas o autos, actividad que generalmente ocurre una noche antes o por la madrugada, también la observación no participante se llevó a cabo durante las actividades de promoción, por ejemplo, mientras toman fotografías y editan el contenido que es publicado mediante herramientas digitales. Así mismo en el proceso de comercialización en los talleres, locales, pequeños eventos en propiedades particulares y eventos masivos en áreas públicas en los estados de Baja California y California E.U. y entregas especiales en plazas, banquetas, estacionamientos etc. adicionalmente, se tubo presencia en reuniones, convivios, paseos, etc.

Aunque fue, como se planteó, esencialmente un método complementario, no obstante, para ello se diseñó un diario de observación de campo (ver anexo 4), cuyo objetivo fue analizar tanto el contexto como los negocios artesanales desde una perspectiva holística, observando las estrategias que están implementando en conjunto con los factores que influyen en el diseño, producción, promoción y comercialización de artesanías.

La observación no participante, para esta investigación, posee la utilidad de identificar el comportamiento en vivo, de manera directa, lo cual resultó ser un complemento valioso a la entrevista semi-estructurada abierta que da cuenta de la verbalización de lo que viven y perciben las personas artesanas dueñas de los negocios artesanales con respecto a las trayectorias que siguieron sus respectivos negocios artesanales. Por tanto, se pudiera asumir con Izcara (2014, p.

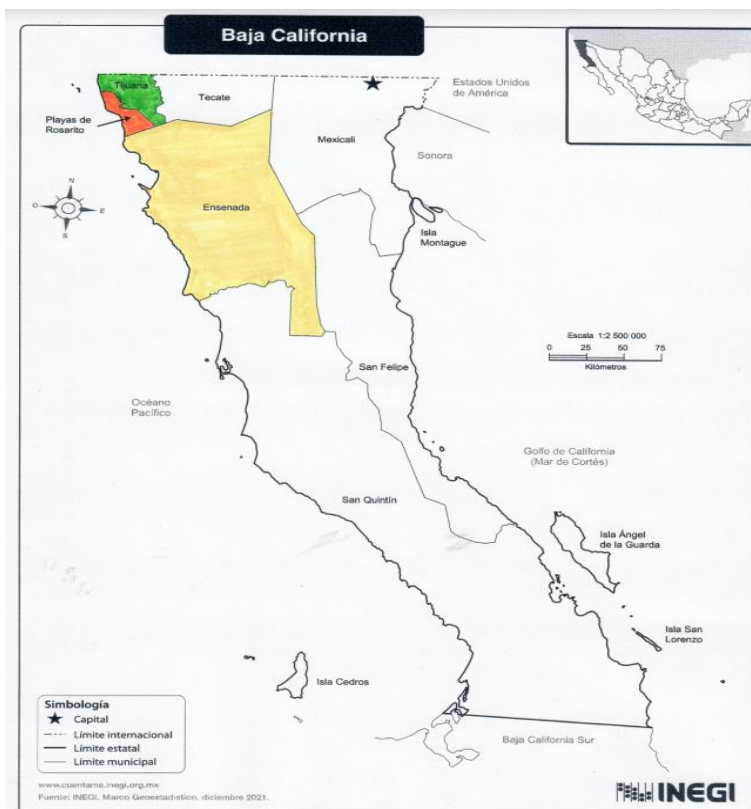
129) que “la triangulación de estas dos técnicas permite conocer el grado de consistencia entre los discursos y los comportamientos de los actores sociales”. La razón fundamental por la que se eligió utilizar la observación no participante tiene que ver con las bondades de sus características, pues no es intrusiva, sino que permite que las acciones de los observados se manifiesten con espontaneidad.

Además de esta, la observación participante aporta otras ventajas. Da más tiempo presencial del investigador, pues permite observar directamente cómo se manifiestan, en este caso las trayectorias, ya que es posible acceder a los espacios públicos sin depender de la predisposición de las artesanas y artesanos y esta técnica consiguió conocer de primera mano los comportamientos (Izcara, 2014, p. 138-139). Del mismo modo, la observación no participante fue la idónea para lograr presenciar diálogos, encuentros, observar los negocios artesanales de manera individual y de modo colectivo que, conceptualizados, conforman actitudes, percepciones, orientaciones, así como identificar los clientes, contextos y otros grupos con los que se relacionan para ejercer sus actividades económicas.

En todos los casos las observaciones también dan acceso a descripciones de la praxis, se pueden orientar, además, a detectar estructuras simbólicas y de significados latentes en las narraciones o en la conducta observada; en otras palabras, permitió obtener información “más numerosa, más directa, más rica, más profunda y más compleja” (Tarrés, 2013, p. 24, 25 y 96), además de la posibilidad de recolectar datos visuales, videograbación y fotografías específicas de las artesanías y las acciones de los emprendimientos, los cuales se muestran en el anexo 5.

Con respecto al espacio donde se recolectó la información durante el trabajo en campo, este se realizó en el corredor turístico costero de Baja California, conformado por los municipios de Tijuana, Rosarito y Ensenada (ver mapa 3.1). En dicho corredor se registra la mayor oferta de productos artesanales en la entidad, y también la mayor demanda de estos por parte del turismo nacional y del proveniente de los Estados Unidos que visita el estado.

Ilustración 3.1. Área de obtención de la información



Fuente: Elaboración propia, con datos e imagen de INEGI, 2022

La relevancia de este corredor se debe a su camino histórico que enlaza a dos países, atravesando todo el estado de California en los Estados Unidos y en el estado de Baja California pasa por los municipios de Tijuana, Playas de Rosarito y Ensenada, los cuales conforman el corredor turístico costero Tijuana-Ensenada, área geográfica a la que naturalmente arriba el turismo proveniente de California, por medio de “el antiguo camino, que antes comunicó a las dos Californias, ahora lo hacía entre dos países” (Toledo y Leopoldina, 2018, p. 15).

Ese camino fue históricamente cada vez más transitado “[...] para traslado de personas y mercancías” (Padilla, 1988, p. 104). El corredor turístico costero, perteneciente a la “Costa Dorada” de Baja California, recibe al menos 25 millones de personas al año procedentes, en su mayoría, de Estados Unidos (Propin, Sánchez y López, 1997; Cotuco, 2002, citado en Carmona y Correa, 2008). Así, como se verificó durante el trabajo de campo, se experimenta alta presencia de turismo local, nacional e internacional.

Por ende, es lógico observar una importante variedad de negocios de artesanos que ofrecen sus creaciones en el corredor turístico costero Tijuana-Ensenada, a la orilla de la carretera, en eventos y lugares designados formal e informalmente como espacios para promoción de arte y cultura. Cabe resaltar que estos lugares mencionados son también los tres municipios donde mayoritariamente radican y producen las personas que tienen un emprendimiento artesanal en Baja California. En este corredor opera el 78% de los negocios artesanales en la entidad. Pero si descontamos a Mexicali, alcanzan el 98% (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática [INEGI], (2022).

La obtención de la información por medio de la observación de campo no participante, así como las entrevistas semiestructuradas, se realizaron en el periodo de enero del 2020 a junio del 2022. Y en cuánto se concluyó el trabajo en campo se inició la sistematización de la información obtenida y la elaboración del presente documento.

En todo momento se tuvieron presentes las implicaciones de este estudio. Esto es, se tuvo el mayor empeño por proveer de lógica todo el proceso de la investigación y se obtuvo el consentimiento informado por parte de las unidades de análisis para realizar la entrevista y observación participante (ver anexo 1).

La información recabada por medio de las veinticuatro entrevistas y los meses de observación revelan peculiaridades compartidas entre los emprendimientos artesanales que cerraron o los que suspendieron sus actividades temporalmente, los que se convirtieron en híbridos y los que continúan prácticamente de la misma forma que antes de la pandemia COVID-19, y los que se fortalecieron e incluso crecieron. Estas características son de gran utilidad para analizar las trayectorias de los emprendimientos artesanales en el corredor turístico Tijuana Ensenada.

3.4. Estrategia para el análisis de datos

Al concluir las entrevistas, estas fueron transcritas en un procesador de textos, enseguida fueron analizadas, tomando en cuenta las variables y códigos identificados con el apoyo del software atlas.ti (versión 7.5), aprovechando las bondades de ser una herramienta digital, basada en la teoría fundamentada, consistente en el análisis inductivo sistémico utilizando los datos

recolectados, el cual permite analizar las trayectorias de las unidades artesanales en el contexto de la pandemia, es idónea para facilitar el análisis cualitativo de, principalmente, grandes volúmenes de datos textuales (Muñoz, 2005).

En el software atlas.ti, se adjuntó, ordenó y analizó la transcripción de las entrevistas en formato RFT, para enseguida analizar y sintetizar la información. Las variables identificadas son: los retos y los impactos de la pandemia, las estrategias que están utilizando para mantenerse en la actividad económica y los planes que tienen a futuro para mantener, crecer y fortalecer su emprendimiento artesanal. Sobre la base de estas variables se analizó y se determinó la tipología de las trayectorias relacionadas con las fases de la COVID-19. (ver anexo 4).

Además, se utilizó el programa Excel, para realizar una pequeña base de datos con el objeto de administrar la información sociodemográfica correspondiente a los dueños de los negocios, así como las generalidades de las unidades de análisis, la cual se fue construyendo a medida que se realizaba cada entrevista. Dicha información posteriormente fue de utilidad para generar las tablas que se presentan en esta investigación, las cuales se considera son de utilidad para mostrar la información de una manera organizada y que a su vez tiene la finalidad de abonar a la comprensión de las trayectorias de los negocios artesanales

Durante las entrevistas semi-estructuradas, se interrogó a los artesanos y artesanas para conocer las particularidades existentes de los negocios artesanales y las características de su trabajo, respecto a la trayectoria del ejercicio del oficio y actividad económica artesanal. Al mismo tiempo se buscó identificar el oficio, los artículos elaborados, y la trayectoria de los informantes, es decir, hace cuánto comenzó a producir, hace cuánto inicio a comercializar y los ingresos provenientes de esta actividad económica.

En cuanto a conocer específicamente sobre las trayectorias, las preguntas estuvieron vinculadas a conocer qué ha pasado con los negocios artesanales durante las fases de la pandemia de COVID-19, los factores que los informantes consideran han sido favorables para que no desapareciera su emprendimiento; si les fue posible recuperar los niveles de producción y venta y en qué proporción; cómo visualizan el futuro de los negocios artesanales; si los planes son dedicarse únicamente a la actividad artesanal o planean conjugarla con otra actividad

económica; además de si conocen otros emprendimientos artesanales que tuvieron que cerrar durante la pandemia; de igual manera, si conocen otros emprendimientos artesanales que continúan con la actividad económica artesanal.

Debe señalarse que, aunque con distintos grados de intensidad, llevamos ya más de dos años de pandemia, por lo que las trayectorias de los emprendimientos artesanales deben haber transitado por diversas etapas siguiendo los vaivenes del contexto de la emergencia sanitaria.

3.5. Operacionalización de los conceptos fundamentales

En cualquier investigación de naturaleza empírica es complejo el proceso de operacionalización. Primero, no es siempre fácil determinar sin ninguna duda cuáles conceptos deben ser empíricamente observados y cuáles no. Y, segundo, una vez que aquellos conceptos sean precisados, determinar los indicadores precisos para establecer su “medición”.

Enseguida se esboza la propuesta de operacionalización, con la meta de identificar y analizar los componentes concretos que contribuyen al conocimiento de las trayectorias de los negocios artesanales mencionados.

Siguiendo la lógica de la problemática de investigación, hay mínimamente dos categorías de conceptos sobre los cuales se requiere una observación empírica. En primer lugar, las “trayectorias”, que constituye el centro de nuestro interés. El concepto de trayectoria, en el ámbito de las unidades económicas, evoca el curso de su evolución en el mercado, lo que significa considerar, a lo largo del tiempo, tanto las rupturas como las continuidades en ese devenir, según precisiones de Schorr et al. (2006).

En segundo lugar, los elementos transformadores, aquellos que permiten, cuando menos, entender los cambios o transformaciones económicas ocurridos en los negocios artesanales de interés durante el curso de la pandemia. Entre estos elementos se pueden considerar las acciones innovadoras, el cultivo y uso eficiente de las redes sociales. Inicialmente se habían pensado como factores explicativos de la capacidad de resiliencia de los negocios que lograron sobrevivir a la crisis generada, que era la trayectoria de interés central. Sin embargo, paulatinamente se fue

aceptando la idea de que también estos mismos elementos pueden ayudar a entender el resto de las trayectorias.

El cuadro 3.1, a continuación, muestra la operacionalización del concepto de trayectoria. Además de presentar una definición operativa del concepto, se indican también sus dimensiones y los indicadores correspondientes a cada una de ellas. Creemos que justo con esos datos se pueden determinar de manera diferenciada las trayectorias seguidas por los negocios artesanales como consecuencias directas de la pandemia generada por la COVID-19.

Como se puede apreciar, un elemento clave para poder determinar el tipo de trayectoria seguida por los negocios artesanales, es la fase por la que transita. La idea de las fases no fue concebida desde un inicio como parte del planteamiento de investigación, sino que surge de las entrevistas realizadas a los artesanos y artesanas, a partir de las experiencias narradas por ellos. Y un elemento diferenciador importante entre esas fases tiene que ver con el contenido específico de las políticas públicas que se iban planteando como parte del enfrentamiento a la pandemia. Por eso, el establecimiento de las fases va a ser presentada en el próximo capítulo en los inicios de los resultados de investigación.

Cuadro 3.1. Operacionalización de las trayectorias

Concepto	Escala y valores del concepto	Dimensiones	Observable/indicador	Instrumento de recolección de datos
<p>Trayectoria Operacionalmente, está definida por la concatenación de actividades económicas desarrolladas por los negocios artesanales a lo largo de las diferentes fases de la pandemia. La actividad artesanal es el referente fundamental</p>	<p>La medición es en escala nominal, con los valores probables siguientes:</p> <p>Trayectoria resiliente Trayectoria híbrida Trayectoria extinta Trayectoria pausada</p>	Fase pandémica	Fase de la pandemia a la que corresponde la observación	Entrevista semiestructurada
		Actividad económica artesanal	Si en la fase observada hay o no actividad artesanal. Cambios respecto de la fase anterior	Entrevista semiestructurada, observación no participante
		Actividad económica diferente a la artesanal	Si en la fase observada hay o no actividad económica diferente a la artesanal. Cambios respecto de la fase anterior	Entrevista semiestructurada, observación no participante

Fuente: elaboración propia con base en el trabajo en campo.

El examen del segundo concepto a operacionalizar, los elementos transformadores, se presenta en el cuadro 3.2. Estos elementos son los que a nuestro juicio permitirían entender el curso de las transformaciones realizadas por los negocios artesanales a lo largo del período pandémico.

Cuadro 3.2. Operacionalización de los factores de cambio

Concepto	Factores	Dimensiones
Factores de cambio Se refieren a aquellos elementos que contribuyen a responder la segunda pregunta de investigación, referida a los condicionantes que permiten entender el curso de las trayectorias seguidas por los negocios artesanales	Agencia: tomar decisiones propias	Toma de decisiones/Ejercicio de derechos/Automotivación/Aprendizaje autodidacta/ Análisis e interpretación de la realidad
	Innovación: incorporar acciones novedosas	Nuevos diseños/Nuevos artículos/ Incorporación de herramientas digitales/ incorporación de cobros y pagos digitales/Modificación visual de los puntos de venta
	Capital social: Redes de apoyo	Familia/Amistades/ conocidos/ clientes/ Otros artesanos/ Promotores culturales/ Organizaciones de la sociedad civil

Fuente: elaboración propia con base en el trabajo en campo.

En un inicio se había pensado realizar un estudio sobre resiliencia, tratando de entender únicamente las trayectorias de los negocios que pudieron permanecer en el giro, y estos eran los elementos explicativos que se habían considerado entonces. No obstante, al ampliar el horizonte de estudio al examen de todas las trayectorias posibles, se mantuvieron estos mismos elementos también como probables factores explicativos del resto de trayectorias que o bien no pudieron permanecer en el negocio de las artesanías, o solo lo hicieron a medias.

Ello significa que los mismos se exploraron intencionalmente en las entrevistas realizadas. Pero no fueron hipótesis cerradas que se trataron de comprobar sin tomar en cuenta otras posibles. Se mantuvo por eso una postura abierta a cualesquiera otros elementos que pudieran aparecer durante las entrevistas a los artesanos y artesanas para explicar y entender los cambios en la actividad económica a lo largo de las fases de la pandemia.

3.6. Tipología de las trayectorias de los negocios artesanales ubicados en el corredor turístico Tijuana-Ensenada, durante la pandemia de COVID-19.

Esta sección está dedicada a exponer la tipología de las cuatro trayectorias identificadas, las cuales para este estudio son denominadas: trayectoria extinta, trayectoria pausada, trayectoria

híbrida y trayectoria resiliente. Así mismo, está dedicada a ubicar las variables que metodológicamente definen el concepto de trayectoria, todo ello con el objetivo de que en el momento de develar el curso de cada una de ellas se cuente con elementos que faciliten su comprensión, así como las características principales que las distinguen unas de otras.

- Trayectoria extinta: Esta trayectoria se compone de aquellos negocios que debido a las dificultades que les implicó la pandemia de COVID-19 se vieron obligados a *cerrar* de manera permanente su actividad artesanal y dedicarse a otra actividad económica distinta a la de la producción-venta de artesanías.

A diferencia de la trayectoria pausada, estos negocios, al momento de realizar esta investigación, no habían vuelto a retomar la actividad artesanal.

- Trayectoria pausada: La trayectoria que fue identificada como “pausada” está constituida por las unidades económicas artesanales que durante la pandemia de COVID-19, como parte de una necesidad imperiosa y estratégica, decidieron suspender temporalmente su actividad económica artesanal, mientras pasaba lo que ellos identificaban como el *momento crítico*, mientras tanto se dedicaron a otras actividades que les generaron recursos económicos para sobrevivir, y posteriormente retomaron la actividad artesanal en todas sus etapas: el diseño, producción y comercialización de artesanías.

Ello significa que en los momentos iniciales tuvieron que cerrar. Pero ese cierre solo fue de manera temporal. Una vez superada la conmoción de la primera fase de la COVID-19, volvieron a resurgir. Pudiera decirse que pertenecen a esta trayectoria aquellos que efectivamente cerraron, pero después se pudieron recuperar.

- Trayectoria híbrida: Esta trayectoria se conforma por los negocios artesanales que durante la pandemia de COVID-19, de manera estratégica encontraron la manera de combinar su negocio artesanal con alguna otra actividad económica o con otro giro de negocio.

Esta otra actividad económica, para ser considerada dentro de este grupo, debía ser nueva, a diferencia de la resiliente, que también pueden realizar, además de la artesanal, otras actividades, aunque estas últimas las realizaban desde antes que surgiera la pandemia. Así, solo de esta

manera, lograron mantenerse en el mercado e incrementar el ingreso económico y poder mantener la actividad artesanal.

- Trayectoria resiliente: Está integrada por las unidades económicas artesanales, que encontraron la manera de continuar con su actividad artesanal, sin pausas durante todas las fases de la pandemia y que, además, no tuvieron la necesidad de incorporar ninguna otra actividad económica adicional durante la contingencia generada por la pandemia de COVID-19.

Esto significa que, a pesar de todas las implicaciones generadas por la pandemia, por ejemplo, en algunos casos el cierre temporal o definitivo de locales comerciales, continuaron diseñando, produciendo y comercializando artesanías. La continuidad de su operación también incluye la continuidad de otras actividades económicas que ya tenían en el momento previo a la pandemia y que en algunos casos estaban integradas a la artesanal llevándolas a cabo de forma simultánea o realizadas en forma paralela.

IV. HALLAZGOS DEL MOMENTO PREVIO A LA COVID-19: DE LA INCREDULIDAD A DESAFIAR LA REALIDAD

“Primero no creíamos que la enfermedad llegara a México, hasta decíamos que era una cortina de humo, como pasaba antes con el gobierno, pero luego “¡Ay, que sustote!” [...] Nos llegó en bola todos los miedos, angustias, emociones sentimientos [...]”

(J, entrevista, 2022).

Introducción

La finalidad de este capítulo es analizar e interpretar la información acopiada durante la realización del trabajo en campo en el corredor costero turístico Tijuana-Ensenada. Esta información fue fundamentalmente obtenida, como ya se dijo, a través de entrevistas semiestructuradas.

Para alcanzar una mayor comprensión de las trayectorias que siguieron los emprendimientos artesanales ubicados en el corredor costero turístico Tijuana-Ensenada durante la pandemia de COVID-19 es esencial conocer el perfil de estos negocios. Dentro de los rasgos que forman parte del perfil de estos emprendimientos se incluye la forma en que operaban para mantenerse en el mercado y los planes que visualizaban a futuro, previo a imaginar que enfrentarían una profunda incertidumbre al inicio de la COVID-19 y una disrupción debido al ordenamiento del cierre de todas las actividades económicas no esenciales, incluyendo el turismo, así como el resguardo domiciliario y prohibición de actividades que implicaran concentración de personas, etc., esto producto de la pandemia.

Por consiguiente, este capítulo se divide en cuatro secciones. La primera sección está destinada a presentar los rasgos sociodemográficos de las personas artesanas informantes, dueños y/o responsables de las unidades de análisis, es decir de los negocios artesanales ubicados en el corredor costero Tijuana-Ensenada. Así mismo, se presentan las características generales de estas unidades económicas. En la segunda sección se dan a conocer las técnicas artesanales que los emprendimientos artesanales en el corredor costero turístico Tijuana-Ensenada utilizaban en el momento previo a la pandemia de COVID-19. En la tercera sección se identifica la oferta y demanda de artesanías que existía previo a la pandemia de COVID-19.

Y, por último, en la cuarta sección, se develan las ilusiones, las estrategias y los planes que tuvieron los emprendimientos artesanales previo a la pandemia de COVID-19.

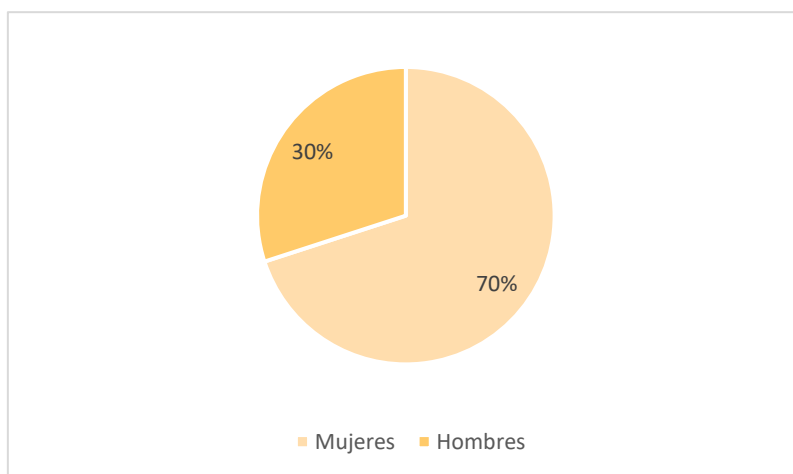
4.1 Rasgos sociodemográficos de las personas artesanas y las características de los emprendimientos artesanales

Con la intención de que en las próximas secciones de este capítulo se alcance una mayor comprensión y los hallazgos estén dotados de la mayor lógica posible, en esta primera sección se exponen las características sociodemográficas de las personas artesanas informantes, quienes a su vez son las dueñas y/o responsables de los emprendimientos artesanales, siendo estos últimos las unidades de análisis de esta investigación. En total se realizaron 24 entrevistas, correspondientes a un número igual de negocios artesanales.

El perfil sociodemográfico sumario de las 24 personas artesanas entrevistadas se puede describir puntualmente de la siguiente manera:

- El grupo entrevistado está compuesto por 17 (70%) mujeres y 7 (30%) hombres¹⁹ (Gráfica 4.1);

Gráfico 4.1. Porcentaje de artesanos por sexo.



Fuente: Elaboración propia con base en el trabajo de campo.

¹⁹ El hecho de que las personas entrevistadas sean en su mayoría mujeres coincide con lo expuesto en el capítulo de contexto, donde se considera que la mayoría de los emprendimientos artesanales son creados o liderados por mujeres.

- La media de las edades de los informantes corresponde a 44.58 años, con valor mínimo de 22 años y un máximo de 72 años;
- Las personas informantes que dijeron ser soltera, divorciada o viuda son 12, y las personas que refirieron vivir en unión libre o casadas son 12;
- En cuanto al lugar de nacimiento, solo cuatro refieren haber nacido en la región de estudio, dos nacieron en el extranjero y 18 provienen de distintos municipios de México (Cuadro 4.1).

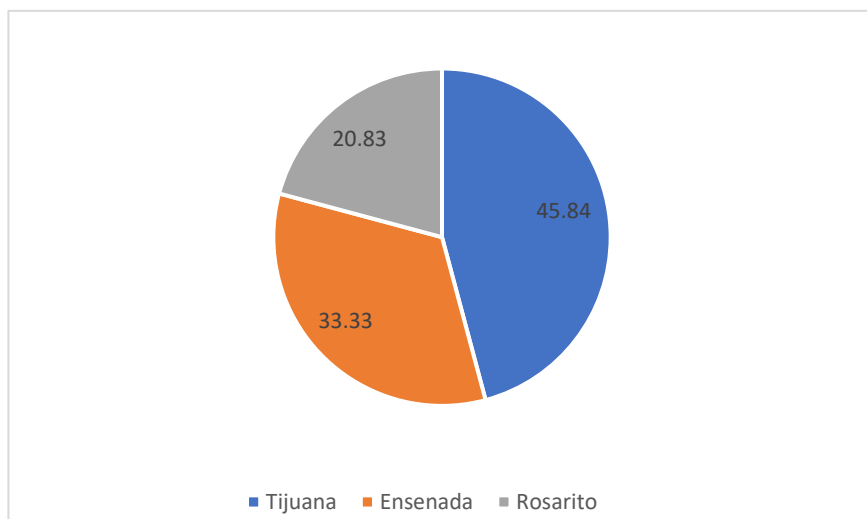
Cuadro 4.1. Lugar de nacimiento de los artesanos entrevistados.

No. de artesanos	Lugar de Nacimiento
2	Reserva de San José de la Zorra (etnia Kumai)
1	Reserva de la Huerta (Etnia Kumai)
1	Ensenada
1	Estados Unidos
1	El Salvador
18	Distintos municipios de México

Fuente: elaboración propia con información obtenida en trabajo de campo.

- Con respecto a los años que las personas indican tienen viviendo en la región de estudio, la media es de 26.95 años, con valor mínimo de 2 años y un máximo de 50 años;
- Concerniente al municipio en el que radican los informantes, 11 radican en Tijuana, ocho en Ensenada y cinco en Rosarito (Gráfica 4.2);

Gráfico 4.2. Porcentaje de artesanos según el lugar donde radican.



Fuente: Elaboración propia con base en el trabajo de campo

- Con relación al número de hijos, la media es de 2,04, el valor mínimo de hijos es de 0 y el valor máximo es de 7 hijos;
- El nivel de instrucción concluida es heterogéneo: primaria (4), secundaria (7), preparatoria (5), carrera técnica (2) y universidad (6).

Al pensar en el perfil de los negocios artesanales en el corredor costero turístico Tijuana-Ensenada, resaltan dos rasgos específicos. En primer lugar, son negocios que en su mayoría son considerados microempresas o unipersonales; en segundo lugar, son negocios informales, es decir, ninguno de ellos cuenta con inscripción en el Servicio de Administración Tributaria (SAT), no se encuentra dado de alta en el registro público de la propiedad y el comercio (RPPC); no tiene marca ni logo registrado en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI); no se encuentran registrados en la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) y los dueños de los emprendimientos se auto emplean, por lo tanto, no cuentan con seguridad social en su forma básica, tripartita, de acceso a la salud, vivienda y pensión.

El Cuadro 4.2 muestra claramente el alto grado de informalidad con respecto al área legal, lo cual los coloca en desventaja para solicitar (créditos/préstamos) apoyos de impulso, en

comparación con los negocios formalmente constituidos. Este Cuadro, además, nos devela que, con respecto a la posibilidad de ser identificados, tanto de forma virtual como físicamente, tienen mayores avances, pero con respecto a la producción, esta es limitada debido a que en su mayoría producen de manera individual.

La historia de los emprendimientos artesanales previo a la pandemia de COVID-19 está estrechamente relacionada con la historia de la persona artesana. Por ello, a continuación, se muestra la información que los entrevistados proporcionaron con respecto a las siguientes interrogantes: ¿cuándo inició a producir artesanía?, ¿cuándo inició a comercializar la artesanía que produce? y ¿por qué comenzó a comercializar artesanía? Estas preguntas son de utilidad para determinar el inicio de los negocios.

Cuadro 4.2. Características de informalidad de los negocios artesanales entrevistados.

Características a identificar	Si	No
El emprendimiento es identificado con algún nombre	16	9
Inscripción en el Servicio de Administración Tributaria (SAT)	0	24
Alta en el registro público de la propiedad y el comercio (RPPC)	0	24
Registro de marca o logo en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI)	0	24
Cuenta con tarjetas de presentación	5	19
Tiene Facebook propio del emprendimiento	16	9
Tiene Instagram propio del emprendimiento	8	16
Cuenta con trabajadores	0	24
El emprendimiento es familiar	4	20

Fuente: Elaboración propia con base en el trabajo de campo.

Avanzando con la comprensión de los negocios artesanales, la respuesta a la pregunta relacionada con el tiempo en que las unidades de análisis iniciaron a producir artesanía, quince negocios indicaron tener más de diez años de experiencia. El mayor tiempo registrado es de 45 años y el menor tiempo tres años.

Dieciocho indicaron haber iniciado la comercialización al mismo tiempo que iniciaron la producción. Las unidades de análisis que postergaron la comercialización refieren dos razones principales: la primera razón tiene que ver con la cultura a la que pertenecen las personas. En las entrevistas algunos mencionan que, en su lugar de origen, al producir artesanal, esta producción se realizaba solo para consumo propio, para uso familiar o comunitario. La segunda razón mencionada es por la falta de confianza en sí mismos. En este sentido, algunos artesanos o artesanas mencionan que al inicio pensaban que sus piezas no tenían la suficiente calidad para ser vendidas y, además, no sabían cómo insertarse en el mercado. Una artesana platica que:

En mi caso aprendí la técnica desde niña, [...] siempre producíamos en familia, lo que hacía lo usábamos en casa o lo regalaba a la familia o amistades. Cuando llegué a Tijuana seguí produciendo y aunque me decían, “haces piezas muy bonitas, deberías venderlas”, yo no confiaba en mí, no sabía cómo ponerlas a la venta, [...] a quién ofrecerlas, ni siquiera qué precio ponerles. total, que poco a poco me fui animando y [...] las primeras piezas las vendía muy, muy baratas, pero, poco a poco he ido agarrando confianza y aprendiendo, me ayuda que otros artesanos me den consejos (U, entrevista, 2022).

En otro punto, en los datos demográficos se menciona que de veinticuatro entrevistados veinte provienen de un lugar distinto al corredor turístico Tijuana-Ensenada. Eso puede ser una razón que explique por qué las técnicas y las artesanías realizadas en el área de estudios son distintas, pues los productos artesanales tienen relación con la cultura e historia personal de cada individuo, así como con los conocimientos y experiencias adquiridos en el lugar de origen de las personas artesanas. En conjunto, el conocimiento y experiencias previos, combinados con las nuevas experiencias y aprendizajes desarrollados en la región (corredor costero Tijuana-Ensenada) donde luego realizaron sus actividades, son los rasgos que posteriormente caracterizaron estos emprendimientos y las artesanías que producen.

Respecto al motivo que impulsó a que los y las artesanas tomaran la decisión de iniciar su emprendimiento, es decir, a comercializar los productos que elaboraban, las respuestas con mayor incidencia son la necesidad económica para sobrevivir; la dificultad para conseguir

trabajo en otra fuente de empleo; los bajos salarios, las largas jornadas y el mal trato laboral, la discriminación y la violación de derechos que experimentaron las personas en empleos formales. Además de la posibilidad de generar más recursos económicos que en un empleo formal, otros motivos fueron tener la ventaja de producir en el horario que más convenga, tener tiempo para estudiar, atender a la familia y asuntos personales; tener la posibilidad de viajar y así costear las subsistencias del viaje.

Sin duda alguna, el argumento más recurrente y directo hace referencia a la vocación. Los entrevistados se expresan con emoción y seguridad acerca de que la actividad económica artesanal: les gusta, la disfrutan, les causa satisfacción, sentimiento de logro, se sienten orgullosos de ser portadores y herederos de conocimientos ancestrales, así como reproductores de una cultura viva.

Comencé a vender para poder sostenerme en mis viajes, [...] esta es una buena forma de sobrevivir y viajar, al mismo tiempo que sigo con la herencia de mis antepasados, [...] sé que seguir con la tradición de hacer artesanía es una forma de que nuestra cultura y los oficios sigan existiendo (P, entrevista, 2022).

Siete de los veinticuatro entrevistados mencionaron tener un gusto especial por viajar, establecerse temporalmente en alguna zona, después seleccionar otra área a donde ir o regresar al lugar donde consideran es el lugar donde radican. Y, además, mencionan que la producción artesanal les ha permitido sostener sus viajes, pues donde se encuentran producen, comercializan y amplían su cartera de clientes, a los cuales posteriormente realizan envíos por paquetería. Así mismo incrementan su red de apoyo. Cabe mencionar que Algunos se encontraban en tránsito por Baja California a momento de iniciar la COVID-19 y otros que acostumbran a salir de la región de estudio, la contingencia sanitaria los retuvo por más tiempo de lo planeado en la región. Este grupo podría ser caracterizado como “artesanos seminómadas”.

El siguiente testimonio rescata esta idea de manera especial, y hace referencia a que la producción artesanal está totalmente integrada a su forma de vida. Más adelante, en esta tesis, en el análisis de las trayectorias se analizará si esto puede resultar un factor para entender por

qué algunos emprendimientos lograron permanecer operando a pesar de las circunstancias tan desfavorables generadas por la pandemia.

Yo realmente amo lo que hago, [...] no podría dedicarme a ninguna otra cosa, ¡Ay, pues como te lo digo!; puedo producir sin dormir, [...] yo lo seguiría haciendo, aunque no me pagaran, porque la satisfacción de ver las piezas terminadas es más grande que cualquier pago. Además, para mí es una gran responsabilidad porque siento que soy un ejemplo para los niños y jóvenes. Si nosotros no enseñamos lo que sabemos, cuando nos muramos, no habrá remedio, nuestro conocimiento se va a morir con nosotros, [...] y entonces México será como otros países que dejaron morir sus saberes y cultura. Los artesanos somos la cara de nuestras culturas mexicanas. Los extranjeros realmente se asombran y se maravillan con las piezas que logramos con tanta dedicación y amor, (I, entrevista, 2022).

Se hace mención que, durante la observación no participante, se tuvo presencia en seis ocasiones en las que personas artesanas abordaron los temas de su historia, la identidad multicultural, la auto responsabilidad de preservar y reproducir las culturas por medio de la artesanía, diálogos que se generaron espontáneamente durante la cena colectiva que organizaban estas personas después de las jornadas de ventas en áreas públicas. Al realizar la entrevista semi estructurada la artesana, que continuación relata su experiencia, previamente recuerda esos diálogos y aclara que las razones que ella tiene para crear su emprendimiento son las mismas razones que ha discutido con otros artesanos que también tienen un negocio de esta índole, al respecto dice.

Decidí dedicarme a lo artesanal, porque, [...] si no somos nosotros, entonces, dime tú, ¿quién va mostrar la historia, las tradiciones y la cultura de nuestro país a través de piezas que se puedan ver, tocar y utilizar? Nadie más lo va hacer ni a valorar. Además, aquí es un buen lugar porque estamos personas de todo el país y cada quien hacemos lo que nos identifica del lugar de dónde venimos. Así podemos ofrecer variedad al turismo que viene del gabacho y que muchos de ellos tienen raíces mexicanas, [...] ellos nos compran porque extrañan su tierra y su cultura, cuando llevan una artesanía se llevan un pedacito de México, nosotros que estamos aquí tenemos la gran responsabilidad de transmitir la cultura, todos juntos los que hacemos artesanía en Baja California somos el rostro de México, porque venimos de todos lados, “aquí habemos de chile, azúcar, tamarindo, de todo y hasta de sal”, cómo dicen por ahí, [...] somos una región multicultural, así que, de tanto y tanto platicar, y a veces hasta discutir con mis compañeros, pues entonces yo digo que ¡somos “artesanos multiculturales”! (L, entrevista, 2022).

4.2 Las técnicas de producción utilizadas por los emprendimientos artesanales en el corredor costero turístico Tijuana-Ensenada en el momento previo a la pandemia de COVID-19

En el diseño de la estrategia metodológica se planteó entrevistar a artesanos que desempeñaran su labor utilizando diversas técnicas y crearan diversas artesanías. Esto con la idea de que las conclusiones del estudio fueran aplicables al mayor espectro posible de artesanos, y no solo a un tipo particular de ellos. Así mismo, al momento de realizar el trabajo en campo se buscó tener una muestra variada. Por consiguiente, una pregunta ineludible fue sobre las técnicas que las unidades económicas artesanales utilizaban para elaborar sus artesanías en el momento previo a la pandemia de COVID-19. El tipo de técnica utilizada para la realización de las producciones artesanales puede ser un elemento importante para entender el impacto diferenciado de la pandemia sobre los negocios artesanales, algo que se verá más adelante.

Las respuestas del grupo de estudio fueron: costura (1), bordado (1), herbolaria (1), lapidaria (1), calado en madera (2), crochet (2), orfebrería (2), tricot (2), cestería (3), talabartería (3), urdimbre (3), alambrismo (5) y macramé (7). (Ver Cuadro 4.3).

Cuadro 4.3. Técnicas artesanales utilizadas en el momento previo a la pandemia de COVID-19.

Técnica	Descripción básica de cada técnica	Número de emprendimientos	Porcentaje de emprendimientos
Macramé y micro macramé.	Esta técnica es también conocida como nudo a nudo, debido a que solo se utiliza hilo, tijera y en algunos casos fuego para sellar los hilos cuando son encerados. Generalmente se utilizan hilos o cuerdas gruesas para hacer mochilas, maceteros colgantes, hamacas, sandalias, atrapasueños u otras piezas ornamentales.	7	21.2%

	<p>En la elaboración de joyería o piezas miniatura se utiliza hilo delgado preferentemente encerado, a esta técnica con hilo delgado se le conoce como micro macramé, para lograr piezas con nudos aún más estéticos, los hilos delgados son divididos obteniendo dos hilos para después anudarlos formando las piezas artesanales.</p> <p>A la joyería es común agregarle esferas y cabujones de gemas o minerales o fósiles, trozos de naturaleza, etc.</p>		
Alambrismo	<p>Esta técnica consiste en crear piezas con tiras de metales, generalmente tubular.</p> <p>Es muy utilizado para la elaboración de joyería o piezas ornamentales.</p> <p>La herramienta básica es pinza de corte, pinza de presión y pinza de punta redonda, las piezas van tomando forma al ir generados dobleces, círculos, espirales y otras formas.</p> <p>Es muy común que las piezas se adornen con minerales, conchas o naturaleza muerta.</p>	5	15.2%
Cestería	<p>Es la técnica de entrelazar o tejer materiales plegables, generalmente fibras vegetales, como la palma, las varas de plantas, el carrizo, el bambú, arbustos, hojas de maíz, hojas de coníferas también llamadas (agujas), mimbre, junco, etc.</p> <p>Si se desea trabajar con colores, el teñido se realiza con antelación, en la mayoría</p>	3	9.1%

	<p>de los casos la materia prima se hidrata en el momento previo a su utilización, esto con la finalidad de obtener mayor flexibilidad y prevenir que la materia prima se quiebre, así se logran confecciones armoniosas, con diversas formas, tamaños e incluso figuras geométricas o representaciones de la flora y fauna.</p> <p>Con la técnica de cestería se elaboran cestos, canastos, platos, cernidores, tortilleros, jarrones, muebles, joyería, etc.</p>		
Talabartería	<p>Consiste en el manejo del cuero, es la capa de tejido que recubre la carne de diversos animales, ya pelado, curtido, tratado, teñido, etc.</p> <p>El término está asociado al talabarte, el cinturón que se utiliza para llevar un sable u otro tipo de arma blanca.</p> <p>Por la flexibilidad y resistencia de este material es posible manipularlo y trabajarlo de distintas maneras, transformándolo en diversos objetos, los cuales se pueden grabar con metal caliente.</p> <p>Con esta técnica se elaboran carteras, mochilas, cinturones, tapicería, mandiles, calzado, joyería, etc.</p>	3	9.1%
Urdimbre o trama	<p>Esta técnica consiste en colocar un conjunto de hilos de forma paralela, en vertical, tensionados en una base, la cual generalmente es de madera, en</p>	3	9.1%

	<p>seguida otros hilos se pasan horizontalmente de forma intercalada con los hilos verticales, de acuerdo a la forma y figuras que se desean lograr, así se forma un telar, de urdimbre o trama.</p> <p>Los hilos que comúnmente se utilizan son de cáñamo, lana, seda, algodón, lino, etc.</p> <p>También es posible incorporar cuentas de madera, minerales, chaquira, semillas, etc.</p> <p>Las artesanías que se elaboran con esta técnica son telas, manteles, prendas de vestir, rebozos, ornamentos, joyería, etc.</p>		
Calado	<p>Es la técnica de cortar diversos materiales, primero se corta dando forma al contorno de figuras o letras, en el interior se elimina parte de la materia prima no deseada con el fin de obtener formas más realistas.</p> <p>Las herramientas básicas son sierra de calar, una tabla o metal de apoyo y prensas para sujetar.</p> <p>Para realizar esta tarea se requiere alta concentración, puesto que cualquier descuido o trazo inadecuado puede dañar o desproporcionar la figura.</p>	2	6.1%

	<p>Las artesanías que se elaboran con esta técnica pueden ser de ornamento, llaveros, joyería, etc.</p> <p>La materia prima de mayor utilización es la madera, el hueso, los metales como el cobre, la plata, el oro, la alpaca y el bronce.</p>		
Crochet	<p>Es un tejido con hilo preferentemente de lana, algodón, plastificado, etc.</p> <p>La herramienta principal es un gancho corto, de metal, plástico o madera, un extremo es más delgado y tiene una curva (gancho), para sujetar el hilo y pasarlo entre los puntos previos o generando nuevos puntos de tejido, dependiendo del producto final.</p> <p>Es posible incorporar cuentas de semillas, madera, minerales o chaqirón.</p> <p>Con esta técnica se elaboran, colchas, accesorios de cocina, centros de mesa, prendas de vestir, joyería, amigurumis (peluche tejido), etc.</p>	2	6.1%
Orfebrería	<p>Esta técnica consiste en el manejo de metales, por ejemplo, el cobre, la plata, el oro, la alpaca y el bronce.</p> <p>El manejo de estos metales es primordialmente por medio del martillado para formar laminas o formas planas, el calentamiento para flexibilizar los metales, el calado o grabado para generar formas y el limado para retirar excesos.</p> <p>Con esta técnica se elaboran, piezas ornamentales, utensilios para el hogar, accesorios, joyería, etc.</p>	2	6.1%

Tricot	<p>Es un tejido en el que un solo hilo toma un trayecto de zigzag a lo largo de la tela que se está formando, es decir, en columnas seguidas y adyacentes de tejido, consiste en una serie de lazadas, que torciendo el hilo, este se hace pasar por los bucles así formados que se llaman puntos, y se van uniendo entre sí de forma que constituyan una malla.</p> <p>En la actualidad existe una variedad amplia de tipo de puntos.</p> <p>Para elaborar piezas artesanales con esta técnica se utilizan mínimamente dos agujas, estas son largas, tubulares, lisas y uno de los extremos es más delgado que el resto del cuerpo.</p> <p>El grosor de las agujas determina qué tamaño tiene cada punto y, al mismo tiempo, el espesor de la malla que se va formando o el tejido resultante.</p> <p>Las piezas que se elaboran son, morrales, todo tipo de ropa invernal, cobijas, artículos de ornamento, joyería, etc.</p>	2	6.1%
Costura	<p>Con esta técnica se unen dos o más telas al perforarlas con una aguja y entrelazarlas, también es posible unir pieles, lona, u otros materiales flexibles. El uso de esta técnica es prácticamente universal entre las poblaciones humanas.</p>	1	3%

	<p>La aguja es de metal, pequeña, tubular, en un extremo es tan angosto que finaliza con una punta muy fina, en el otro extremo tiene un orificio por el que pasa el hilo que se va a utilizar.</p> <p>Se elabora principalmente amplia variedad de ropa, artículos para todo el hogar, ornamento, joyería, etc.</p> <p>En la actualidad se utiliza la forma manual o artesanal, también existen maquinas pequeñas que se utilizan en los hogares y maquinas industriales.</p>		
Bordado	<p>Consiste en la ornamentación de superficies flexibles, generalmente una tela, en ella se forma, imágenes alusivas a la unidad, paisajes que incluyen la flora y fauna, así como la vida marina, también se utiliza con motivos de mercadotecnia bordando un <i>logotipo, isotipo, imagotipo</i> e <i>isologo</i> o cualquier motivo que la persona bordadora se imagine.</p> <p>Se utiliza una aguja metálica pequeña, con la punta delgada y fina, el otro extremo con un orificio por el cual pasa el hilo, también se requiere preferentemente un juego de aros de plástico o madera los cuales sujetan y tensionan la tela, con la finalidad de que la ornamentación de la tela tenga el acabado deseado.</p>	1	3%

	<p>Se utiliza hilo con variados colores, el material generalmente es de lana, algodón, seda, lino, oro, plata o fibras naturales.</p> <p>Si se desea se puede ensartar decoraciones con semillas, madera, minerales, etc.</p> <p>Las piezas usuales son ropa, artículos para todo el hogar, morrales, accesorios, joyería, etc.</p>		
Herbolaria	<p>Es la técnica de generar medicina alternativa, de forma casera a base de extraer el componente activo de plantas, maderas y semillas.</p> <p>Quienes la elaboran indican que tiene la posibilidad de curar o aliviar síntomas o enfermedades, también se elaboran aceites esenciales.</p> <p>El uso es ancestral y lo practican en casi todo el mundo, las formas básicas son colocando la molienda en capsulas de colágeno o comprimiendo la molienda para formar pastillas, otras formas muy utilizadas son haciendo combinación de plantas para hacer tizanas, también elaborando ungüentos usando cera de abeja, linimentos con alcohol industrial o jarabes, con aguas o alcohol comestible etc.</p> <p>Un producto especial para algunas culturas es crear collares incorporando</p>	1	3%

	<p>plantas reconocidas como medicinales, con la finalidad de portarla y utilizarla de forma inalada o comestible, por ejemplo, el tabaco, la salvia, el hickey, etc.</p> <p>Se utiliza una amplia variedad de plantas tanto terrestres como marinas, así como semillas, maderas, etc.</p> <p>Los ingredientes se combinan con raciones exactas de acuerdo al componente activo.</p>		
Lapidaria	<p>Es la técnica de labrar gemas (diamante, esmeralda, rubí, zafiro, etc) y minerales semipreciosos (jaspes, labradorita, turquesa, amatista, ópalos, etc.)</p> <p>Las herramientas utilizadas son: cortadoras, lijas de metal y de agua, martillos, cinceles, así como limas, discos, seguetas, brocas, etc, todas ellas de metal y de diamante. Además de cuadrante o prensas, para sujetar la piedra mientras se la talla y pulimenta, también se utiliza una asta de cemento, madera o metal, como auxilio al que se adhiere una masilla y a ella el mineral</p> <p>Además, se utiliza polvo, con el que se va gastando los minerales poco a poco y le da forma. Cuando se gastan gemas este polvo es también de gemas, el cual se incorpora aceite de olivo para gastar otro tipo de piedras.</p>	1	3%

	<p>Parte del proceso es eliminar las secciones que no se necesitan, cortar las formas deseadas, pulir y si así se desea gravar.</p> <p>El resultado son esculturas, piezas de ornamento, esferas, tuvo o cabujones para joyería y otros accesorios, así como formas particulares para uso terapéutico u holístico.</p>		
--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia con base en el trabajo de campo.

El Cuadro 4.3 muestra las técnicas que los informantes utilizaban para la elaboración de artesanías en el momento previo a la pandemia de COVID-19. La última columna refleja el porcentaje correspondiente a la incidencia de las técnicas artesanales a las que recurre el grupo de estudio para trabajar. Como se puede observar, es notorio que el macramé y el alambrismo son las dos técnicas de mayor utilización para crear artesanía. El alambrismo es practicado por cinco de los negocios artesanales entrevistados, lo cual corresponde al 15.2 por ciento, y el macramé es utilizado por siete de las unidades económicas artesanales, representando el 21.2 por ciento.

De los datos expuestos en el párrafo anterior, naturalmente surge la pregunta sobre cuál es la razón por la que el macramé y el alambrismo artesanal resultan ser las técnicas predilectas para la creación de artesanías entre los casos estudiados. Esta interrogante fue planteada a las personas informantes, y que su negocio concite en la creación de artesanía utilizando estas técnicas. Las razones expuestas fueron, en general, bastante coincidentes: que el macramé es una técnica milenaria, el conocimiento se ha transferido a través de las generaciones, solo se necesita hilo y fuego. Como dice una artesana: “Con hilo y metal se pueden crear un sinfín de productos y formas [...] como dice el dicho, ¡el límite es la imaginación!, [...] solo está en que uno le eche ¡coco y los kilos!” (Comunicación personal S, 2022).

Las artesanías elaboradas con la técnica de macramé y alambrismo a las que mayormente hicieron referencia son los artículos utilitarios para la vida cotidiana. Por ejemplo: calzado, bolsos, mochilas, hamacas, muebles, ropa, joyería, cinturones; así como artesanías de ornamento popular como los atrapasueños y maceteros colgantes; y no podía faltar la indumentaria ceremonial.

Continuando con el análisis a la interrogante planteada, una de las artesanas que en su negocio utiliza, tanto la técnica de macramé como el alambrismo durante la observación no participante dice: “Nomás fíjate, con este clima mediterráneo”, a lo que enseguida lanza la pregunta retórica “¿Qué crees que quieren los clientes?”, su respuesta, “los clientes quieren las ¡tres B, bueno, bonito y barato!, además, yo diría quieren algo útil y cómodo, ¡sí, eso!, que se use pero que a la vez sea cómodo”, [...] después de una pausa reflexiva, ofrece los siguientes ejemplos:

[...] una persona no va a querer andar en el calorón con cadenas de metal, así que se puede hacer un bonito dije de metal, bien hehecito con una piedrita chula, [...] si el cliente prefiere algo más fino y costoso, se puede hacer con plata y una gema, [...] pero el collarcito de piel o hilo encerado; [...] por ejemplo en la playa o las ceremonias como los temazcales, les gusta andar con sandalias artesanales bonitas, con ropa y joyería de macramé, o sea, piezas que si se mojan no les pase nada, [...] y para la vida diaria ¿a quién no le gusta andar con una pulsera coqueta? (Comunicación personal U, 2022).

Cabe señalar que siete informantes ejercen dos técnicas simultáneas y uno utiliza tres. Los artesanos que mencionaron trabajar con dos técnicas o más, en ocasiones deciden que sus creaciones sean el resultado de la combinación de técnicas en el mismo producto, en otras ocasiones deciden crear el mismo producto, pero utilizando diferentes procedimientos. Un ejemplo del último caso es que un emprendimiento de joyería artesanal decida elaborar varias pulseras y para cada una implementar una técnica distinta.

4.3 Oferta y demanda de artesanías en el momento previo a la COVID-19 en el corredor turístico Tijuana-Ensenada

Los artículos artesanales que las unidades económicas estudiadas elaboraban son diversos. De manera intencional también se indagó y se buscó entrevistar a emprendimientos que elaboran

diversos productos, con la finalidad de mostrar una realidad más completa del problema investigado. Además, al igual que en el caso de las técnicas de producción, determinar luego en qué medida este es también un elemento diferenciador en las trayectorias seguidas por los negocios artesanales estudiados.

No obstante, se encontró mayor incidencia en la elaboración de joyería con diversas técnicas y materias primas, información que resulta congruente con el cuadro 4.3, específicamente en la segunda columna llamada “descripción básica de cada técnica”, debido a que con doce de trece técnicas es posible elaborar joyería, únicamente con la técnica de lapidaria no se elabora joyería, pero si se crean piezas para utilizarlas en la creación de joyería con las técnicas que el grupo de estudio trabaja. (Cuadro 4.4).

Cuadro 4.4 Artículos elaborados, en el momento previo a la COVID-19, por los artesanos entrevistados.

Artesanía	Número de emprendimientos que elaboran esta artesanía	Porcentaje de emprendimientos que elaboran esta artesanía
Llaveros	1	2.4%
Cosmetiqueras	1	2.4%
Sandalias	1	2.4%
Ojos de dios Wixárika	1	2.4%
Esculturas de ónix	1	2.4%
Mandiles	1	2.4%
Artículos de cocina	1	2.4%
Broches para cabello	2	4.9%
Joyería Wixárika	2	4.9%
Bolsas	2	4.9%
Ornamento	2	4.9%
Amigurumi	2	4.9%
Cestería	3	7.3%

Amuletos	3	7.3%
Indumentaria	3	7.3%
Joyería	15	36.8%

Fuente: Elaboración propia con base en el trabajo de campo.

Resulta pertinente hacer alusión a lo planteado en el capítulo contextual sobre los tres usos principales de los productos artesanales. El primer uso identificado, y quizá el más popular, es el uso práctico en la vida cotidiana; el segundo uso de las artesanías es con fines ornamentales en los hogares, los negocios u oficinas; y el tercer uso es un abanico amplio de actividades ceremoniales, de curación y protección. Estos usos, en algunos casos, son ejercidos de modo individual, mientras en otras ocasiones son prácticas o ritos desarrollados por grupos o comunidades definidos. Con respecto de los usos, tres de las artesanas productoras de cestería defiende el argumento de la utilidad en los siguientes términos:

Las artesanías que nosotros hacemos son para usarlas todos los días, desde que nació recuerdo que mis abuelos, mi mamá y mi papá las usaban, de verlos y vivir en la comunidad yo también aprendí a hacerlas y a usarlas. Casi en todas las familias Kumiai que todavía vivimos en la comunidad, [...] por lo menos hay una persona de la familia que las hace para usarlas nosotros, pero también las vendemos. (R, entrevista, 2022).

[...] Mira, nosotros hacemos el sawil, — plato amplio, tejido de fibras naturales — los hacemos o más cerrados o con hoyitos, depende para que los vamos a querer, a veces son para limpiar semillas o para cernir el polvo con el que hacemos atole de bellota — semilla pequeña, endémica de Baja California y California. — También hacemos el jilú — un tipo de olla — para guardar nuestras semillas que juntamos, pero si lo hacemos bien apretado, los podemos usar para agua, y ahora en la comunidad hay quienes usan el jilú cómo florero, yo creo que para que no se gaste. Los turistas o la gente de la ciudad que nos compra, [...] la mayoría de nuestras artesanías las usa para adornar su casa o su oficina, [...] ¿Será, porque valoran el trabajo? o ¿Será porque son piezas caras? o ¿porque no tienen ni idea para qué son y solo las compran porque son bonitas?, Pos, quién sabe, pero, las ponen cómo adorno. (O, entrevistas, 2022).

Estos relatos, además de propiciar el análisis en cuanto a sus múltiples usos, nos invitan a observar que en la región de estudio también se producen artesanías propias de las etnias nativas. Asimismo, muestran que tanto las piezas como sus usos se han modificado a través del

tiempo. También se deduce que, al pasar de los años, y a medida que los artesanos van incrementando su experiencia y práctica, logran piezas de mayor calidad, así como nuevos diseños. En este sentido, durante la observación en campo fue altamente notoria la destreza que poseen algunos artesanos para lograr piezas únicas, es decir, las artesanías son distintas una de otras, y esto utilizando limitados tipos de materia prima. Cada pieza contiene distintos diseños, formas y texturas, piezas, que pueden ser reconocidas como “piezas de arte, artesanales o de autor”.

Dicho lo anterior, no sorprende saber que las unidades económicas artesanales elaboren artesanías de uso cotidiano, ornamental y ceremonial. La producción más amplia es la de artículos para uso cotidiano, mientras que las piezas para uso ceremonial son principalmente hechas por encargo o para eventos específicos (para. retiros espirituales, de sanación, holísticos o de prácticas propias de grupos en particular). Al respecto, los artesanos se van adaptando a las preferencias de los clientes. En este sentido, las narrativas obtenidas en las entrevistas tienen gran parecido a la manifestada por un artesano que elabora joyería, y que expresa lo siguiente:

[...] al cliente lo que pida. ¡Yo me adapto! Si alguien me pide una pieza para alguna ceremonia ancestral o religiosa, yo la hago. Por ejemplo, me han pedido rosarios, amuletos, malas, péndulos, tiaras, anillos de matrimonio y muchos más, [...] uno debe saber identificar qué tipo de público llegará a cada espacio donde promovemos y vendemos nuestra artesanía, nos preparamos con tiempo y llevamos lo que sabemos que ese público busca. (D, entrevista, 2022).

De la misma manera en que se indagó sobre las técnicas utilizadas para la producción de artesanía, también se buscó conocer las razones por las cuales elaborar joyería en distintas técnicas es idóneo para los negocios del corredor costero turístico Tijuana-Ensenada. Las respuestas versaron en relación con las ventajas para los emprendimientos artesanales de la región estudiada y para los clientes.

A continuación, se presentan las ideas mencionadas en distintos momentos durante la observación no participante y que son coincidentes entre los emprendimientos artesanales que elaboraban joyería en el momento previo a la COVID-19. Diecinueve negocios mencionaron que, además de producir joyería, también elaboran otros artículos artesanales; sin embargo, la joyería tiene muchas ventajas, ya que algunas de ellas son piezas que requieren relativamente menos tiempo de elaboración, son piezas pequeñas, son más prácticas para transportarse, tienen

menor posibilidad de dañarse al momento de exhibirse o transportarse, son piezas muy demandadas por los turistas. Se pueden utilizar distintas técnicas por separado o fusionándolas, además de la posibilidad de utilizar un abanico amplio de materiales, colores, diseños y texturas.

Para comprender las bondades de elaborar joyería, se considera conveniente hacer referencia a las narraciones de las tres artesanas pertenecientes a la etnia Kumiai, quiénes relatan que producen cestería, utilizando fibras naturales de junco, pino, sauce y salvia — plantas endémicas de la región —. Ellas relatan que una pieza de cestería puede llevarles semanas, incluso meses de trabajo, ya que a su parecer son piezas muy elaboradas y majestuosas, pero difíciles de comercializar a un precio justo. A diferencia de esas artesanías, la joyería puede producirse en menor tiempo y resulta más fácil su comercialización.

Al considerar que la mayor producción de artesanías es en la joyería se ahonda en la información de este tipo de artesanía. Se considera que el tipo, uso y clientes son variados. Por ello se presenta información con respecto al lugar dónde los artesanos vendían y quiénes eran los clientes previos a la pandemia de COVID-19 (Ver Anexo 1). Los espacios donde los emprendimientos artesanales acostumbraban a vender son: eventos masivos de arte, cultura artesanía y emprendimientos, la playa, las banquetas, semáforos, locales y viviendas. Los principales clientes eran: el turismo nacional y de California, activistas, estudiantes, artistas, amistades, familia y contactos personales.

4.4 Ingreso económico y la importancia de la actividad económica antes de la pandemia de covid-19

Se considera significativo conocer históricamente, antes de la pandemia de covid-19, qué porcentaje del total de los ingresos económicos de los artesanos provenían de la comercialización de los productos que elaboraban. Esto con la finalidad de tener un punto de comparación para, en el capítulo de impactos de la pandemia de covid-19, contrastar los porcentajes de ingresos adquiridos por la misma actividad durante la contingencia por el virus SARS-CoV-2. Las respuestas oscilaron en un rango del 20 por ciento al 80 por ciento.

A pesar de que, en el grupo de estudio, no se encontraron negocios en los que la artesanía por sí sola generara el 100 por ciento de los gastos para la sobrevivencia de los dueños, se consideró ubicar si en el momento previo al surgimiento de la pandemia de COVID-19 la

actividad económica artesanal era una actividad importante. Las respuestas obtenidas al formular esta interrogante fue que, para veintiún artesanos, de los veinticuatro entrevistados, sí era una actividad importante el emprendimiento artesanal. De hecho, diecinueve artesanos hicieron referencia al deseo de que en algún momento les sea posible sobrevivir únicamente de la actividad artesanal; por ejemplo, un artesano que por temporadas realizaba trabajos de arquitectura, manifestó que la razón por la cual para él es importante la actividad económica artesanal es que al ser trabajador independiente hay lapsos en los que se encuentra sin trabajos de arquitectura.

Para mí, producir y vender artesanía es importante, porque puedo producir todo el año. y salir a vender solo cuando me es posible. No es como un trabajo, en el que dependa que alguien me contrate. Yo, soy autónomo para decidir a qué hora produzco, y donde voy a vender. Bueno, bueno, siempre y cuando coincida un evento con los días que puedo ir, pero gracias a las ventas puedo completar mis gastos, [...] incluso puedo de vez en cuando llevar a pasear a mi familia. También podemos darnos algunos “gustitos” (B, entrevista, 2022).

Otros artesanos califican la actividad artesanal como, “muy importante” debido a que consideran que es una actividad a la que desean dedicarse permanentemente. Otra razón de peso es que los ingresos económicos que provienen de las ventas artesanales son necesarios para su sobrevivencia e incluso la mayoría refiere tener la firme voluntad y deseo de fortalecer su emprendimiento. Al respecto un artesano relata los siguiente:

Para mí hacer artesanía es muy, muy importante, pues, porque es parte de mi vida, a esto me dedico y de esto vivo. Soy papá soltero, yo, tengo a mis dos hijos chiquitos, [...] uno de ellos es especial, [...] yo no soy de este país, no tengo nadie de confianza con quien dejar a mis hijos. por eso no podría dedicarme a otra cosa para vivir, y pos, además de que me gusta mucho crear, mientras trabajo en el patio yo los vigilo, y ya hasta quieren aprender, luego se acercan y empiezan a agarrar una pinza y alambre, [...] y cuando salgo a vender me los llevo a los dos y mi artesanía, y pos, así como me viste llegar ahorita, uno lo cargo en la espalda, a otro lo tomo de la mano y mis artesanías aquí enfrente las ando ofreciendo. (E, entrevista, 2022).

Dado que no había artesanos a quienes les fuera posible sostenerse totalmente de la actividad artesanal, se preguntó que otras actividades paralelas realizan para sobrevivir. Las actividades económicas mencionadas fueron: elaboración de bisutería, manualidades, compra y venta de artesanías distintas a las que ellos elaboran, arquitectura, correr temazcales,

comercialización de antigüedades, venta por catálogo, demostración de productos, circo social, administración de asociaciones civiles, cultivo, docencia y, venta de herbolaria y ungüentos.

4.5. Las ilusiones, y planes estratégicos antes de COVID-19

Las trayectorias de los negocios artesanales en el corredor costero turístico Tijuana-Ensenada normalmente han transitado por distintas y complejas dificultades para mantenerse en el mercado. De acuerdo a la información obtenida del trabajo en campo, a través del tiempo este sector económico se ha enfrentado a diversos retos como la industrialización, la producción en serie, los productos importados imitando las artesanías mexicanas, las ventas inciertas, la falta de espacios con costo accesible para comercializar, el regateo de los clientes, el débil reconocimiento y apoyo del sector por parte de las instituciones tanto privadas como gubernamentales dedicadas exclusivamente al fomento de las artesanías, así como otras instancias gubernamentales donde los negocios artesanales acuden para realizar trámites, permisos, etc.

Aun con este escenario adverso, las artesanas y artesanos han creado diversas estrategias para encontrar espacios con costos accesibles, y en conjunto, ellos mismos, han logrado generar espacios para venta. Con ello, en algunos casos, han logrado evitar los costos excesivos que fijan los intermediarios o promotores de eventos; han diseñado estrategias para fidelizar clientes; han adaptado sus productos a la demanda de la región; y han generado solidaridad como gremio, en algunos casos creando grupos organizados en comités, colectivos, organizaciones civiles, etc. Como se verá más específicamente en el análisis de las trayectorias, estas estrategias también generaron importantes redes que, a su vez, conformaron escenarios creativos para enfrentar la crisis de la pandemia.

Los negocios artesanales entrevistados concluyeron el 2019 e iniciaron el año 2020 con actitud positiva para continuar. Incluso la mayoría mencionó tener planes para crecer y fortalecer su emprendimiento. Pero justo al mismo tiempo que estos negocios artesanales se preparaban para participar en eventos masivos de la región, sin ellos saberlo, se comenzaban a configurar los antecedentes de la pandemia COVID-19.

Se considera relevante mencionar que en los primeros minutos de cada una de las entrevistas semiestructuradas todos los informantes mencionan que no esperaban una pandemia con características de limitación de la movilidad, distanciamiento social, uso de cubrebocas, ni de un tiempo tan prolongado; mucho menos esperaban que por ordenamiento federal se prohibiera la actividad económica artesanal, ya que no es considerada una actividad económica esencial. Es decir, que en todos los casos fue un evento que trajo mayor incertidumbre y propicio la modificación de la actividad económica habitual de estos negocios, información que se analizará con mayor detalle en el capítulo VI.

La incertidumbre provocada por la pandemia ha obligado a modificar la forma en que se venían desarrollando los emprendimientos artesanales. Por consiguiente, han tenido que crear nuevas estrategias en todas las etapas de su actividad económica, principalmente la que concierne a la comercialización. Por tanto, los emprendimientos artesanales identifican claramente un antes y un durante la pandemia. Al respecto, las primeras ideas se tornaron con respecto a las ilusiones, y los planes estratégicos que tenían al iniciar el año 2020.

Por lo antes mencionado, se considera necesario que previo a analizar las implicaciones y las modificaciones que realizaron los negocios, es valioso conocer los planes que visualizaban antes de conocer la existencia de la COVID-19, en este sentido, la mayoría de los entrevistados auguraban que ese año sería excelente para sus emprendimientos artesanales. Por poner un ejemplo, una artesana que produce desde niña, pero inició a comercializar sus creaciones en el año 2004, menciona lo siguiente:

Recuerdo claramente que en la cena de año nuevo brindé porque en el 2020 haría realidad los planes de crecer mi negocio de artesanías, pues, hijoles, hace tiempo, mi gran deseo era explorar nuevas plazas en Baja California, ir a San Diego, a Los Ángeles y a dónde pudiera, [...], incluso quería ir con otros artesanos que de Tijuana y Rosarito han ido por temporadas a la Baja sur, yo, estaba bien emocionada por que varios artesanos platicábamos y planeábamos salir a lugares que algunos ya habían recorrido y también soñábamos con tener la experiencia de ir a nuevos lugares. Me decían que ahí en Baja sur se vende bien, que si íbamos ahora sería más fácil porque ya había contactos, (L, entrevista, 2022).

En este testimonio podemos identificar que para la actividad artesanal los puntos de venta y las redes sociales tienen importancia trascendental. Esto porque el último proceso de la

actividad económica es lograr la venta de los productos elaborados, la cual se torna en algunos momentos difícil, y en algunas ocasiones imposible, situación que ilustra una de las artesanas entrevistadas.

Inicié el año con muchas, muchas, pero de veras muchas ilusiones de que me fuera mejor este año, [...] con cada persona que platicaba, les decía “este es nuestro año”, y mentalmente, a solas me decía: “Este es mi año”. Me acuerdo qué en mi lista de propósitos para el 2020, estaba, pensar mejor cada acción y no actuar a lo loco, ser más abusada para elegir los lugares en los que iba a participar, pensaba que ya no me podía permitir estar en eventos donde no vendiera, nada de nada. Mis planes eran aprender de cómo le hacen otros artesanos para que sus productos se vean atractivos, cómo le hacen para concretar las ventas. [...] pero resulta que, yo no me esperaba la dichosa pandemia, (entrevista H, 2022).

Realizando observación no participante, durante un convivio-temazcal de dos días, en el rancho de una de las artesanas informantes, en el que asistieron dieciocho personas, algunas eran artesanas dueñas de los negocios analizados, otras artesanas no informantes y otras más eran amistades y familiares que realizan actividades económicas distintas a la artesanía.

El 11 de septiembre de 2021, durante la cena, una artesana que utiliza las técnicas de tricot y crochet, inicia una conversación diciendo “[...] y se acuerdan lo emocionados que estábamos en los últimos eventos del 2019”, a lo que otro artesano que utiliza la técnica de alambriero responde “¡uyuyuy!, y nosotros que decíamos, “sin miedo al éxito” creyendo que íbamos a crecer, por eso nos animamos a rentar local y comprar vitrinas”, otro artesano que crea artesanía con la técnica de orfebrería comparte “ya me miraba, viajando y produciendo, y pues nada, el COVID nos encerró un poquitín”, otra artesana que produce con la técnica de macramé con semblante triste dice “yo que les cuento, si decía y decía ¡el 2020 es mi año!, si, como no, y si fue nuestro año, donde el COVID nos puso a prueba”.

Después de una pausa reflexiva, una artesana que utiliza la técnica de urdimbre, continua la conversación diciendo “ya muchachos no se acongojen, ni hablemos de cosas tristes, lo importante es que estamos aquí, muchos de nuestros compañeros se los llevó la pandemia, y nosotros gracias al dador de vida estamos unidos, aprendiendo y cumpliendo nuestros sueños”, una persona que no se dedica a la artesanía, concluye diciendo que en su humilde opinión y aclara que aunque nadie le está pidiendo su opinión, de todas maneras, va a decir lo que el opina, al respecto dice: “pues, yo los veo muy unidos, echándole un chingo y lo que le sigue de ganas,

cada uno pudo recuperar sus sueños, y ahora son más chingones y creativos para sacar a flote sus negocios, de veras ¡mis respetos!”

Conclusión

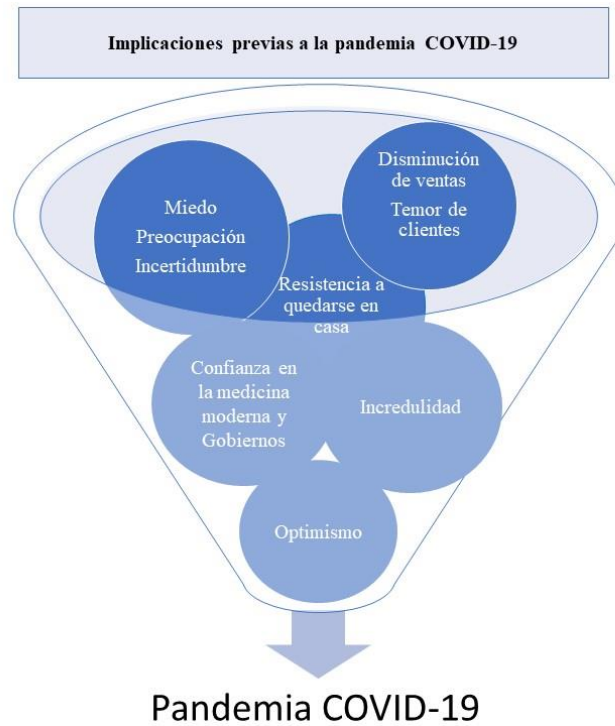
Lo expuesto en este capítulo, permite visualizar las condiciones y características de los emprendimientos artesanales en el corredor costero turístico Tijuana-Ensenada justo en el momento previo al inicio de la pandemia en México. Asimismo, permite visualizar la primera impresión que tuvieron sobre la pandemia de COVID-19. También se identifica que, dada la multiculturalidad del estado de Baja California, existe un gran arsenal de productos artesanales que se comercializan en la región, específicamente en el área de estudio, por ser considerado un corredor turístico.

Dentro de las narrativas expuestas en cada uno de los apartados se identifica que estos emprendimientos han ido sumando conocimientos, han desarrollado capacidades y han implementado estrategias, como la construcción de redes de apoyo. Ello con el fin de hacer frente a los impulsos exógenos del medio que los rodea y subsistir dentro de un mercado que cada vez más les exige una mejora continua. En conjunto, esos tres elementos —conocimientos, capacidades y estrategias— han permitido que los emprendimientos artesanales ubicados en el corredor costero turístico Tijuana-Ensenada sobrevivieran hasta antes de iniciar la pandemia COVID-19.

Ahora bien, debido a que la pandemia de COVID-19 representa un momento coyuntural en todos los ámbitos del ser humano a nivel mundial, y como se ha plasmado durante el planteamiento del problema, vino a afectar las actividades económicas, principalmente las no esenciales, en el siguiente capítulo se presentan algunos impactos que tuvo esta pandemia sobre los negocios artesanales ubicados en la región de estudio y, en el capítulo VI, apartado 6.1.1. Se analizará las implicaciones iniciales de la COVID-19 en los emprendimientos artesanales del corredor turístico Tijuana-Ensenada, así mismo se indagará el efecto en sus estrategias y planes, derivado impresiones subjetivas iniciales que tuvieron los dueños de los negocios artesanales analizados.

Posiblemente la confianza en los avances tecnológicos y la medicina fue un elemento que por unos días dotó de calma a los negocios artesanales, pero al mismo tiempo les impidió prepararse para afrontar las implicaciones de la COVID-19. La

Ilustración 1.5.1. implicaciones previas a la pandemia COVID-19



Fuente: elaboración propia con base el trabajo de campo

V. UNA MIRADA A LOS NEGOCIOS ARTESANALES EN EL CORREDOR TIJUANA-ENSENADA ANTE LA CRISIS OCACIONADA POR LA PANDEMIA DE COVID-19 A PARTIR DE LA ENCUESTA DEL GIDI

“¡Cambiar o morir! [...] las herramientas más valiosas son nuestras manos, nuestra cabeza y corazón, si las usamos estratégicamente y con creatividad saldremos de esta y de las que vengan, como ya le hemos hecho antes”
(S, entrevista, 2022).

Introducción

En este capítulo se presenta un examen somero del impacto que tuvo la irrupción de la pandemia de COVID-19 sobre los negocios artesanales del corredor costero turístico Tijuana-Ensenada. En este análisis se usan los datos aportados por la fase II de una encuesta realizada por el Grupo de Investigación Interinstitucional (GIDI). El GIDI es una red internacional de investigadores provenientes de la academia y del sector empresarial que se creó como un esfuerzo combinado para registrar y evaluar los impactos económicos tanto de la pandemia como de las medidas gubernamentales para frenar su expansión (De los Santos y Covarrubias, En prensa 2020).

Esta segunda encuesta fue implementada en octubre de 2020. En ese momento estaba en pleno apogeo el programa del Semáforo Epidemiológico, que había comenzado a aplicarse desde el 1 de junio de ese año, como parte de la estrategia a lo que entonces las autoridades denominaban “nueva normalidad” (Aristegui Noticias, 2020). La encuesta se aplicó de forma virtual en varios estados de la república mexicana. En total, 1,798 unidades empresariales que respondieron al cuestionario, de las cuales, a través de la filtración de la base de datos, 16 unidades afirmaron dedicarse al giro artesanal y tener su domicilio en Baja California, concretamente todos los negocios artesanales radican en la área de estudio de esta investigación, a continuación, se presentan algunos resultados relevantes que permiten una aproximación a las vulnerabilidades y las acciones adaptativas de estas unidades económicas durante la incertidumbre causada por la COVID-19.

5.1 Vulnerabilidades y acciones adaptativas de los emprendimientos artesanales de Baja California durante la pandemia de COVID-19

Los 16 artesanos de Baja California encuestados reconocieron que fueron obligados a suspender las operaciones de sus respectivos negocios; también, todos admitieron que tal suspensión permanecía vigente aún en el momento de responder la encuesta, unas 24 semanas después de haberse pausado por decreto las actividades económicas no esenciales. El 44% de los negocios suponía que la suspensión de las operaciones sería solo de carácter temporal, lo que permite inferir que para casi la mitad de los encuestados existía la intención clara de retornar su actividad artesanal una vez que hubieran desaparecido las condiciones que dieron lugar a la contingencia. Pero, a su vez, esto significa que para el 56% restante esa intención no era tan obvia. Lo anterior, no porque hubieran renunciado de manera manifiesta a la posibilidad de retomar sus operaciones artesanales, sino porque en ese momento todavía el futuro se tornaba incierto.

Como consecuencia de que todos los negocios artesanales encuestados se vieron obligados a suspender sus actividades o cerrar temporalmente sus establecimientos, estos percibieron el impacto de la contingencia sanitaria como negativo. Si bien el 94% consideró como muy alto el grado de este impacto negativo, para la proporción restante este impacto, aunque igualmente negativo, fue percibido como menos dramático, al estimarlo como moderado. Aunque únicamente haya sido un juicio minoritario, de alguna manera indica distintos niveles de heterogeneidad en los impactos. En cuanto a las expectativas sobre los ingresos no hubo excepciones, pues todos previeron que estos disminuirían en el año 2020.

Resulta imperante mencionar que no toda la evaluación negativa acerca de las consecuencias de la pandemia recayó necesariamente en el cierre forzoso de las operaciones económicas, pues también se derivó de otros factores. Esto quiere decir que, aunque en distintos grados, también otros elementos fueron responsables de tal valoración general. En el Cuadro 5.1 se presenta una relación de los factores que impactaron negativamente a los negocios artesanales con el porcentaje de encuestados que evaluaron como desfavorable el impacto de ese factor.

Cuadro 5.1. Evaluación del impacto de factores seleccionados sobre las operaciones de los negocios artesanales en el corredor Tijuana-Ensenada.

Factor de impacto	Desfavorable
Cierre forzoso de empresas	87.5%
Variación de precios de insumos	81.3%
Cierre de fronteras	75.0%
No saber cuándo va a terminar la contingencia	75.0%
Cambios en la demanda de productos y/o servicios	68.8%
Cambios en el abasto de insumos	62.5%
Limitaciones a la movilidad	62.5%

Fuente: (GIDI, 2020)

Aunque todos los factores enumerados tuvieron un impacto negativo superior al 60 por ciento, la importancia nociva atribuida a los mismos es variable. Esto es, algunos fueron calificados como más dañinos que otros. De acuerdo con estos resultados, el cierre forzoso de sus operaciones es el factor al que se le atribuye el mayor impacto negativo. Curiosamente, a las limitaciones a la movilidad se le otorga un menor nivel de impacto negativo, lo que sugiere que pueden haber encontrado vías alternas para tratar de compensar esa dificultad.

Con una ponderación intermedia de importancia, aunque lo suficientemente alta como para destacarlos de manera especial, aparecen dos factores: el cierre de fronteras y no saber cuándo va a terminar la contingencia. En este sentido, se esperaba que el cierre de fronteras afectara las ventas de productos artesanales al limitar la afluencia de turistas norteamericanos en la región. Sin embargo, esta medida sólo se aplicó a los nacionales mexicanos, impidiendo que “cruzarán” hacia el territorio de los Estados Unidos. Por lo tanto, la disminución del turismo más bien se debió a la suspensión de las actividades turísticas por ser considerada no esencial. Entonces, la afectación del cierre fronterizo se dio sobre los negocios artesanales que comercializaban parte de su producción del “otro lado”, o bien allá encontraban los insumos que necesitaban para fabricar sus productos. En cuanto a no saber cuándo terminaría la contingencia, indica la transcendencia que tuvo la incertidumbre a lo largo de todo este proceso pandémico.

¿Pero cómo enfrentaron los artesanos y artesanas los perjuicios generados por la contingencia? Ante la solicitud de indicar cuáles ajustes realizaron para enfrentar la pandemia, las respuestas resultaron muy interesantes. Estos constituyen elementos que, en parte, podrían ayudar a explicar las trayectorias socioeconómicas seguidas por los negocios artesanales de la región. En el Cuadro 5.2 se recoge esta información.

Cuadro 5.2. Ajustes realizados por los negocios artesanales del corredor Tijuana-Ensenada ante la pandemia de COVID-19.

Acciones de ajuste	No	Si
Realizar acuerdos especiales con clientes y/o proveedores	62.5%	37.5%
Implementar promociones y descuentos	62.5%	37.5%
Implementar ventas por internet	62.5%	37.5%
Buscar nuevos segmentos de clientes	62.5%	37.5%
Negociar la reducción en el pago de la renta	87.5%	12.5%
Reducir compras locales	87.5%	12.5%
Realizar alianzas con otras empresas	87.5%	12.5%
Cierre definitivo	87.5%	12.5%

Fuente: (GIDI, 2020)

En realidad, ninguna de las acciones de ajuste ante la pandemia presentadas a los encuestados fue ampliamente usada por los negocios artesanales de la región. Hay un grupo de estos ajustes — como negociar la reducción en el pago de la renta, reducir compras locales, etc. — que fueron realizados por una porción minúscula de estos negocios. Llama la atención que el cierre definitivo se encuentra entre estas opciones menos favorecidas. Ello indica que — al menos en el momento del levantamiento de la encuesta — la mayoría de los negocios artesanales de la región no parecían haber contemplado aún una decisión tan drástica.

El restante grupo de ajustes — realizar acuerdos especiales con clientes y/o proveedores, implementar promociones y descuentos, etc.— si bien no fueron iniciativas seguidas por una amplia mayoría de los negocios artesanales, si fueron tomados en cuenta por poco más de la tercera parte de los mismos. Por considerarlo de interés particular para la tesis, dentro de este

último grupo de ajustes se destaca el uso de internet como vía alternativa para realizar las ventas. Ante el cierre de los locales comerciales y las restricciones a la movilidad, tanto propias como de los clientes, se impone la creatividad en la diversificación de los canales de ventas.

Un último punto de la encuesta de GIDI es la información proporcionada a cerca de los apoyos — o la falta de los mismos — con los que contaron los negocios artesanales para enfrentar la crisis ocasionada por la COVID-19. El Cuadro 5.3 presenta la información sobre este aspecto, y es una clara evidencia del desamparo y orfandad en que se encuentra este sector en términos de apoyos.

Cuadro 5.3 Apoyos proporcionados a los negocios artesanales del corredor Tijuana-Ensenada.

Origen de los apoyos	No	Si
Cámaras o asociaciones empresariales	94%	6%
Escuelas y universidades	100%	0%
Grupos de la sociedad civil	88%	13%
Otras empresas	100%	0%
Gobierno	100%	0%

Fuente: (GIDI, 2020)

Conclusión

En términos generales, y como síntesis de este epígrafe, se puede decir que los negocios artesanales del corredor Tijuana-Ensenada fueron profundamente afectados en los momentos iniciales de la pandemia, sobre todo por el cierre de operaciones impuesto por decisión política. Además, se pone en evidencia, que estos emprendimientos carecen de apoyos externos para subsistir a la crisis ocasionada por esta contingencia sanitaria y ante ello han tenido que tomar decisiones e implementar estrategias que les permitan mantenerse en operaciones y no desaparecer definitivamente.

Se debe considerar que los datos analizados provienen de respuestas a preguntas cerradas; además, no eran preguntas específicas, dirigidas a unidades de negocios artesanales, sino aplicables a empresas de muy diversa naturaleza. Por lo tanto, es necesario encontrar en

otras fuentes la información que permita explicar las trayectorias de estos negocios, como las entrevistas que finalmente se les realizaron a los artesanos y artesanas. Así, a partir de las respuestas a una entrevista semiestructurada, en el capítulo siguiente, se da cuenta de las distintas trayectorias que han experimentado los emprendimientos artesanales del corredor turístico costero Tijuana-Ensenada en cada una de las fases de la pandemia COVID-19.

VI. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN Y HALLAZGOS A PARTIR DE LAS ENTREVISTAS: TRAYECTORIAS DE LOS EMPRENDIMIENTOS ARTESANALES DURANTE LA PANDEMIA COVID 19

“Los negocios se mantiene porque, [...] si uno ama realmente lo que hace, entonces va a disfrutar hacerlo, los va a hacer gustoso y lo mejor que puede, eso el cliente lo nota y valora”
(E, entrevista, 2022).

Introducción

Este capítulo está integrado por el examen de las trayectorias que siguieron los emprendimientos artesanales ubicados en el durante la pandemia de COVID-19. El propósito es descubrir y analizar las implicaciones que el virus el SARS-CoV-2 tuvo en estos negocios, en el momento previo a la incertidumbre de la pandemia y cómo los negocios artesanales ubicados en el corredor turístico Tijuana-Ensenada fueron evolucionando durante la pandemia a medida que esta evolucionaba, y con ello se iba transformando al mismo tiempo el contexto derivado de las medidas que se sucedían para enfrentarla.

Para lograr el objetivo planteado en este capítulo se analiza e interpreta la información obtenida durante la realización del trabajo en campo. La determinación es desentrañar la evolución de los emprendimientos artesanales ubicados en el corredor turístico Tijuana-Ensenada. Se considera que es posible alcanzar una comprensión más profunda siguiendo las distintas trayectorias que recorrieron los emprendimientos artesanales e identificando los periodos de la pandemia en los que hubo algún ordenamiento de políticas públicas para mitigar los contagios de la pandemia COVID-19, ya que los mismos tuvieron relación con las distintas trayectorias que siguieron las unidades económicas artesanales estudiadas. Bajo esta lógica, este capítulo se divide en los siguientes cuatro apartados.

- En el primer apartado, se presentan las implicaciones iniciales que tuvo la COVID-19 en los emprendimientos artesanales ubicados en el corredor turístico Tijuana-Ensenada.

- En el segundo apartado se realiza, en primer lugar la descripción de las fases de la pandemia de COVID-19 en los que hubo algún ordenamiento de políticas públicas para mitigar los contagios de la pandemia, y que influyeron con los senderos que tomaron las unidades de análisis; y, en segundo lugar, se describe en que consiste cada una de las trayectorias en las que se configuraron los emprendimientos artesanales ubicados en el corredor turístico Tijuana-Ensenada, durante la pandemia de COVID-19.
- En el tercer apartado se desarrolla el análisis de las distintas trayectorias que siguieron los emprendimientos artesanales del corredor turístico Tijuana-Ensenada durante el desarrollo de la pandemia de COVID-19.
- En el cuarto apartado se muestran los elementos endógenos y exógenos que tuvieron relevancia en la caracterización de emprendimientos artesanales resilientes en el corredor turístico Tijuana-Ensenada durante la pandemia de COVID-19.

6.1.1. Implicaciones políticas y sociales

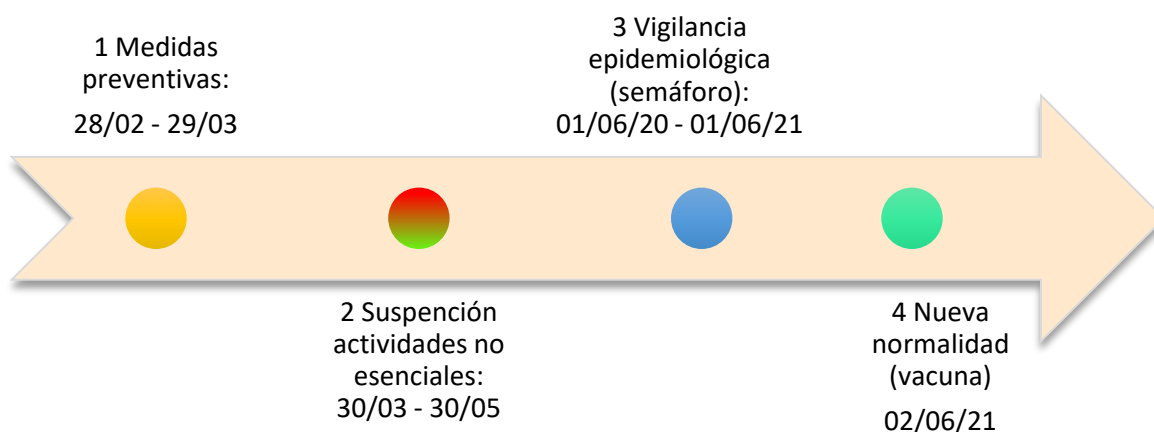
En este apartado se presentan de manera general las implicaciones políticas y sociales que trajo consigo la pandemia de COVID-19 y que afectaron a los emprendimientos artesanales del corredor turístico de Tijuana-Ensenada. De manera particular, se mencionan las medidas tomadas en distintas fases por el gobierno federal para disminuir e intentar frenar los contagios de esta enfermedad. Lo anterior, sirve de base para analizar en el apartado 6.2 las trayectorias tomadas por estos negocios durante esta pandemia.

6.1.2. Las fases de la pandemia de COVID-19 en México y las trayectorias de los negocios artesanales en el corredor turístico Tijuana-Ensenada

La contingencia generada por la pandemia de COVID-19 no fue uniforme, sin variaciones en el tiempo. No lo fue ni en términos de salubridad —considerando el curso seguido por la epidemia en México—, ni desde la perspectiva de las disposiciones gubernamentales del país para tratar de controlar el aumento exponencial de los contagios. Por el contrario, a lo largo de casi dos años se pueden advertir cambios, los cuales estarían definiendo *fases* diferenciadas en su progreso. Es importante señalar que tanto la identificación de los puntos de giro en su evolución como la determinación de las fases, si bien toman en consideración las medidas aplicadas por el

gobierno mexicano para contener la epidemia, el criterio que las define y diferencia está principalmente en función del impacto —o probable impacto— que tuvieron estas medidas sobre los negocios artesanales. Esto significa que las fases que aquí presentamos, aunque concuerdan en algunos elementos con las fases consideradas por la Secretaría de Salud, no son ciento por ciento coincidentes. En la gráfica se ilustran las cuatro fases que hemos considerado para este estudio.

Gráfico 6.1. Fases de la pandemia de COVID-19 considerando su impacto a los negocios artesanales.



Fuente: elaboración propia.

Fase 1. Inicio de la pandemia en México: casos importados y acciones preventivas

La fase 1 transcurrió entre el 28 de febrero y el 29 de marzo del 2020. Lo que define esta fase inicial, desde el punto de vista de los negocios artesanales, es que las medidas políticas tomadas por las autoridades mexicanas, si bien resultaban embarazosas para los negocios artesanales, realmente no comprometían de manera decisiva la permanencia de estos en el mercado. Fueron sin dudas momentos desafiantes, pero aún sin la capacidad de producir por sí mismas quiebres inevitables.

A continuación, se relacionan, en orden cronológico, las medidas o eventos principales que conjuntamente delimitan esta fase. A menos que se indique lo contrario, las itálicas son

nuestras, a fin de enfatizar lo que consideramos que representa la idea esencial en cada uno de los puntos presentados:

- El 27 de febrero se registra en la Ciudad de México el *primer caso* de COVID-19, Secretaría de Salud (2020a). Se trataba de un mexicano que había viajado a Italia
- El 29 de febrero la Secretaría de Salud inaugura la implementación de las *primeras medidas de prevención*, entre las que se incluyen: lavado de manos con agua y jabón; estornudar de etiqueta (sobre pañuelo desechable y tirarlo a la basura); o estornudar en el ángulo inferior del codo, seguido por el lavado de manos; quedarse en casa si se estuviera enfermo. (Gobierno de México, 2020).
- El 16 de marzo la Secretaría de Educación Pública (SEP), decide *suspender las clases* “en las escuelas de educación preescolar, primaria, secundaria, normal y demás para la formación de maestros de educación básica del Sistema Educativo Nacional, así como aquellas de los tipos medio superior y superior dependientes de la Secretaría de Educación Pública, durante el periodo comprendido del 17 al 23 de marzo” (Secretaría de Educación Pública, 2020, Acuerdo 09/04/20, P.5), publicado en el DOF.
- El 18 de marzo México registra su *primera muerte* debido a la enfermedad COVID-19. Se trata de un hombre de 41 años (García, 2020).
- El 20 de marzo, México y Estados Unidos, a instancias del segundo, deciden *cerrar sus fronteras terrestres a los viajes no esenciales*; es decir, para aquellas personas que suelen cruzar la frontera con fines de ocio o turísticos (DHS, 2020).
- El 23 de marzo la epidemia de la enfermedad por el virus SARS-CoV2 (COVID-19) en México es reconocida por el Consejo de Salubridad General como una *enfermedad grave de atención prioritaria*, Consejo de Salubridad General (2020a).
- El 24 de marzo se anuncia el inicio de la dispersión comunitaria del virus SARS-CoV2. Este escenario se caracteriza por la transmisión más allá de la primera generación (AMLO, 2020).
- El 24 de marzo, la Secretaría de Salud implementa la “Jornada Nacional de Sana Distancia”. De especial interés para los fines de este estudio es el punto del acuerdo referido a la *suspensión temporal de los eventos masivos y las reuniones y congregaciones de más de 100 personas* Secretaría de Salud (2020b).

Desde una perspectiva epidemiológica, lo que distingue a esta fase son dos rasgos. Por un lado, que los casos de infección fueron, durante casi toda esta fase, importados del extranjero. Solo al final de esta etapa es imposible seguir el rastro de los contagios, por lo que se asume que estos comienzan a ser transmitidos dentro de la propia comunidad. Y, por otro lado, que el número de personas infectadas con el virus es limitado. Y desde una perspectiva de políticas públicas, la marca principal de esta fase es que casi no hay medidas estrictas de salud, exceptuando indicaciones con el objetivo de difundir ampliamente y así poder establecer acciones preventivas (Suárez et al., 2020). No obstante, como es fácil ver, en los días finales de esta fase ya se anunciaron nuevas acciones más rigurosas, a fin de reducir la transmisión entre la población, que ya había comenzado a originarse internamente, aunque todavía sin el nivel crítico de las medidas que se anunciarían a partir del 30 de marzo.

Ninguna de las medidas implementadas en esta fase estuvo directamente dirigida contra los negocios artesanales. Al menos no en contra de la mayoría de ellos. Quizá la medida más severa en este sentido haya sido la suspensión temporal de los eventos masivos, considerando que gran parte de las ventas de algunos de estos negocios tenía justamente lugar en ferias artesanales.

Sin embargo, prácticamente todo lo acontecido durante esos días conspiró para generar un escenario de incertidumbre que a su vez produjo entre los artesanos y artesanas un universo confuso de emociones y sentimientos. Ante la pregunta sobre cómo vivieron subjetivamente los primeros días de la pandemia en sus negocios, los entrevistados no escatimaron calificativos: sorpresa, miedo, preocupación, pánico, desesperación, etc. La ilustración 6.1 muestra gráficamente el conjunto de respuestas vertidas por parte de las personas entrevistadas.

Ilustración 6.1. Sentimientos experimentados por los artesanos del corredor costero turístico Tijuana-Ensenada al inicio de la pandemia de COVID-19.



Fuente: elaboración propia con base en sentimientos y efectos emocionales develados durante el trabajo de campo por los entrevistados

Este universo de emociones inciertas de los artesanos y artesanas no solo tuvo como determinante el cúmulo de noticias contradictorias y las medidas anunciadas por los gobiernos. También el resto de la sociedad contribuyó a ello, incluyendo a los clientes efectivos o potenciales. El miedo al contagio igualmente sentido por parte de “los otros” se tradujo en comportamientos que fueron interpretados por varios de los entrevistados como desprecio y discriminación. Una de las artesanas, que vende en los semáforos de la Zona Centro y Zona Río, ambas áreas geográficas en el municipio de Tijuana, comentó en su entrevista que:

La gente como que tenía miedo. No se quería ni acercar. Y si yo intentaba acercarme para ofrecer lo que hago, luego luego sentía el rechazo. [...] Y ya platicando con otros compañeros [...] coincidimos que hasta nos miraban con desprecio. Y pos nosotros si nos sentíamos discriminados. [...] Me daba la sensación que nos tenían miedo. [...] Yo creo que pensaban que nosotros y nuestros productos teníamos el COVID. [...] Y, pues sí, la verdad se siente regacho, porque a los artesanos siempre nos han discriminado (G, entrevista 2022).

Fase 2. Transmisión comunitaria de la pandemia: cierre de actividades no esenciales y otras medidas de control obligatorio

La fase 2 transcurre entre el 30 de marzo y el 30 de mayo del 2020. Examinada desde los negocios artesanales, lo que define esta fase es la cuarentena obligatoria para las actividades consideradas no esenciales, entre las que se encontraba la venta de artesanía.

Las medidas que coadyuvaron a estructurar esta fase 2 fueron las siguientes:

- El 30 de marzo el Consejo de Salubridad General declara como emergencia sanitaria por causa de fuerza mayor a la epidemia de la enfermedad generada por el virus SARS-CoV2, Consejo de Salubridad General (2020b).
- Al día siguiente, 31 de marzo, la Secretaría de Salud, siguiendo el mandato emanado de la declaratoria de emergencia sanitaria, establece acciones extraordinarias Secretaría de Salud (2020c). La principal acción extraordinaria decretada, por sus profundas implicaciones para los negocios artesanales, fue la suspensión inmediata de todas las actividades económicas consideradas no esenciales. Las medidas preventivas, que ya se habían anunciado como sugerencias —como el lavado de manos frecuente, el estornudo de etiqueta, la sana distancia y la evitación de congregaciones de más de 50 personas, — pasan a ser obligatorias. Y se exhorta a toda la población que no participa en actividades laborales esenciales a cumplir resguardo domiciliario. Estas medidas tendrían una vigencia de treinta días, hasta el 30 de abril.
- El 21 de abril, considerando la situación epidemiológica imperante entonces, se resuelve extender hasta el 30 de mayo el acuerdo anunciado del 31 de marzo anterior, Secretaría de Salud, (2020d).

Las medidas responden al hallazgo por parte de las autoridades sanitarias de que la epidemia había dejado de estar conformada únicamente por casos importados para convertirse en eventos de transmisión comunitaria, casi imposibles de rastrear hasta su origen. El número de casos positivos se incrementa día con día.

Ya desde la fase anterior hubo afectaciones para este sector de la economía. El miedo al contagio, la reducción de la afluencia de turistas por el cierre de fronteras terrestres, aplazamiento de los eventos masivos, etc., indudablemente obstaculizaban la actividad de estos negocios. Pero eran sobre todo impactos de carácter indirecto. Ahora, por el contrario, claramente se les prohibía e impedía realizar las operaciones empresariales. Las medidas

anunciadas fueron verdaderamente disruptivas, y constituyeron un punto de giro que marcó un antes y un después, no solo para los negocios artesanales, sino también para muchas pymes (Almaraz, 2021). Algunos negocios no subsistieron y quedaron irremediabilmente en el camino. Otros pudieron continuar. Algunos, sin pausa aparente, mientras otros lo lograban luego de una detención temporal. De cualquier manera, en todos los casos se pusieron a prueba los recursos estratégicos de los artesanos y artesanas y sus capacidades de resiliencia.

Al igual que en la primera fase, también en esta los entrevistados se quejaron de desprecio y discriminación. Pero ahora la queja no iba, como antes, dirigida contra los clientes, sino contra los políticos que delineaban las acciones para mitigar la COVID-19. Se reprochaba que el sector artesanal no fuera tomado en cuenta en los lineamientos acordados por las autoridades. En este sentido, se escucharon expresiones como las siguientes: “Nosotros no aparecemos en ningún lugar” (A, entrevista 2022); “A nosotros ni nos mencionan” (C, entrevista 2022); “Es como si ni siquiera existiéramos, [...] Pero qué nos podemos esperar, si siempre ha sido así” (N, entrevista 2022).

Fase 3. Vigilancia y regionalización de la pandemia: semáforo epidemiológico

La fase 3 transcurre entre el 1 de junio del 2020 y el 1 de junio de 2021. El elemento fundamental que define a esta fase es que se elimina el confinamiento estricto, y este se sustituye por un instrumento de vigilancia epidemiológica, consistente en un plan de información semanal regionalizada que establece medidas de seguridad sanitaria conforme a un sistema de colores: el célebre semáforo epidemiológico que hará funciones de guía. A la situación que se establece con este giro en los acontecimientos, el gobierno mexicano la denomina “Nueva normalidad”. Por supuesto que el anuncio de esta llamada nueva normalidad no se estaba proclamando el fin de la epidemia. Muchas medidas se mantenían, pero quizá sin el nivel de rigurosidad paralizante previo. Las medidas o eventos clave que marcan esta fase se enumeran a continuación.

- El 14 de mayo, la Secretaría de Salud anuncia el establecimiento de una *estrategia para la reapertura de las actividades* sociales, educativas y económicas. Y para mantener una vigilancia del curso la pandemia, paralelamente se anuncia la creación de un sistema de *semáforo* por regiones para evaluar semanalmente el riesgo epidemiológico relacionado con la reapertura de

actividades en cada entidad federativa, y que comenzaría su funcionamiento a partir del 1 de junio Secretaría de Salud (2020e).

- Asimismo, el 16 de mayo el subsecretario de Salud, Hugo López-Gatell, anunció el *fin de la Jornada Nacional de Sana Distancia*, la cual concluiría a partir del 1 de junio, fecha en la que dejarían de implementarse las “acciones extraordinarias” acordadas desde el pasado 31 de marzo, luego de la declaratoria de emergencia sanitaria (Jiménez, 2020). Aunque aclara que el levantamiento de esta Jornada será gradual, dependiendo de los resultados de las medidas de mitigación.
- El 24 de diciembre inicia en México la campaña de *vacunación* contra COVID-19, Secretaría de Salud (2020f).

El “semáforo” es un sistema de colores que indica la condición semanal en que se encuentra la pandemia en cada uno de los estados del país. El cuadro 6.1 establece las actividades educativas, de uso del espacio público y económicas que se permitirían según el color la región.

Cuadro 6.1. Medidas de seguridad sanitaria apropiadas por regiones para las actividades laborales, educativas y el uso del espacio público, de acuerdo con el color del semáforo.

Color de la región	Actividad	Descripción de las actividades
Rojo	Escuelas	Suspendidas
	Espacio público	Suspendidas
	Actividades económicas	Solo las actividades laborales consideradas esenciales
Naranja	Escuelas	Suspendidas
	Espacio público	Aforo reducido en las actividades del espacio público en lugares abiertos. En lugares cerrados suspendidas
	Actividades económicas	Actividades laborales consideradas esenciales y las actividades no esenciales con una operación reducida
Amarillo	Escuelas	Suspendidas
	Espacio público	Aforo permitido en las actividades del espacio público en lugares abiertos y en lugares cerrados con restricciones
	Actividades económicas	Todas las actividades laborales

Verde	Escuelas	Sin restricciones
	Espacio público	
	Actividades económicas	

Fuente: Secretaría de Salud (2020e)

La decisión para regionalizar el control y manejo de la epidemia descansó en el hecho de que hay zonas sin transmisión y otras de una alta intensidad de contagios (Jiménez, 2020). Considerando esto último, un cambio importante en esta fase con la anterior, en términos del impacto sobre los negocios artesanales, es que las medidas adoptadas en cada estado serían definidas por las autoridades locales, aunque se suponía que en ningún caso deberían ser menores a las establecidas por el gobierno federal (Pastrana, 2020) (véase cuadro 6.1.3.1). Si bien, como se dijo antes, no era aún el fin de la contingencia, la situación general se tornó más flexible comparado con el control rígido y el acoso que imperó durante el confinamiento impuesto en los dos meses anteriores.

Fase 4. ¿Fin de la pandemia?: hacia la nueva normalidad real

La fase 4 de la pandemia comienza el 2 de junio del 2021 y se extiende hasta la actualidad. Lo que define a esta fase es que paulatinamente se van deshaciendo las medidas extraordinarias que determinaron la suspensión de muchas de las actividades de las que depende el quehacer cotidiano de los negocios artesanales. Así, por ejemplo, se puede mencionar que el sábado 4 y el domingo 5 de diciembre del 2021, con apoyo del Comité de Turismo y Convenciones de Tijuana (COTUCO) se realizó la Expo Tijuana Emprende 2021 en la explanada del Centro Cultural Tijuana (CECUT). La relación de medidas presentadas a continuación habla por sí sola:

- El 11 de junio de 2021, se anuncia el *fin de las conferencias diarias* emitidas por el Subsecretario de Prevención y Promoción de la Salud, Hugo López-Gatell (Sáenz Guzmán, 2021). El propio López-Gatell reconoce tres razones para tomar esta medida. La primera es que durante los cinco meses anteriores la epidemia mantenía una sostenida tendencia de descenso en el país. La segunda es que la vacunación seguía avanzando a un ritmo acelerado. Y la tercera es que casi las dos terceras partes de los estados de la República se encontraban en semáforo verde.

- El 8 de noviembre del 2021, luego de permanecer diecinueve meses parcialmente cerrado, se reestablece el cruce fronterizo terrestre de México a los Estados Unidos (Secretaría de Relaciones Exteriores, 2021).
- El 1 de mayo del 2022 México decide finalizar la emisión del semáforo epidemiológico y declarar el país en color verde (Redacción El Financiero, 2022).

6.2. Las trayectorias de los negocios artesanales en el corredor turístico Tijuana-Ensenada durante la pandemia de COVID-19

Lo que sigue en esta sección es la parte principal de esta tesis. Aquí se analizarán, a partir de toda la información empírica recogida en el trabajo de campo, las características de los recorridos concretos de los negocios artesanales a lo largo de la pandemia en las cuatro trayectorias. Las trayectorias fueron definidas en el capítulo metodológico como extinta, pausada, híbrida y resiliente.

El cuadro 6.2 presenta la distribución de los negocios artesanales en cada una de las trayectorias consideradas. El prorrateo se realizó atendiendo los criterios especificados en la operacionalización del concepto de las trayectorias, también desarrollado en el capítulo metodológico.

Cuadro 6.2 Distribución de los negocios artesanales de acuerdo con la trayectoria seguida durante la pandemia.

Trayectoria	No. negocios artesanales	Porcentaje
Extinta	5	21%
Pausada	3	13%
Híbrida	6	25%
Resiliente	10	42%
Total	24	100%

Fuente: Elaboración propia

6.2.1. Los negocios artesanales en la trayectoria extinta

Con la finalidad de alcanzar una mayor comprensión de la trayectoria extinta, se retoma que en esta tipología se identifican los negocios artesanales que tuvieron que cerrar definitivamente su actividad económica, debido a las dificultades que les implicó la COVID-19. En consecuencia, los dueños de estos negocios se dedicaron a otra actividad económica distinta a la de producir y comercializar artesanías. Por lo tanto, la trayectoria extinta tiene como momento de mayor importancia el cierre definitivo del negocio artesanal. Así, su distinción particular es que, hasta el momento de redactar esta tesis, ninguno de estos negocios ha resurgido.

Al tener conocimiento de la extinción de estas unidades económicas artesanales, se desprende las interrogantes, ¿Qué perfil tienen estos negocios?, ¿En qué fase de la pandemia cerraron?, ¿Cuáles fueron las causas para cerrar definitivamente? y si ¿Estas causas tienen relación directa con los impactos de la COVID-19?

Es vital conocer el momento exacto de cierre y comprender las razones que los dueños de estos negocios tuvieron para tomar esta decisión. Su importancia radica en que, aunque las razones pudieran ser iguales o similares a otra trayectoria, ésta se extinguió definitivamente. Por ejemplo, la trayectoria pausada posteriormente resurgió, pero la trayectoria extinta no lo hizo. El análisis de esta trayectoria se realiza con base en tres guías, la primera es referente al perfil de los negocios extintos, la segunda es el momento de cierre y la tercera son las razones que tuvieron para tomar la decisión de clausurar el negocio artesanal.

6.2.1.1. Perfil de los negocios extintos

El grupo de los negocios artesanales que tomaron la trayectoria extinta está conformado por cinco emprendimientos, de los cuales dos son de Ensenada, uno de Playas de Rosarito y dos de Tijuana. Todas las personas que dieron vida a estos negocios artesanales son mujeres; ellas refirieron provenir de otros estados de la república. Tres de estas artesanas aprendieron la técnica artesanal que utilizaban para producir en la región de estudio; las dueñas de otro de los negocios para aprender a elaborar artesanías viajaron a Guadalajara y pagaron una capacitación; y solo una de las dueñas de un negocio artesanal, antes de llegar a la región de estudio, ya era

productora de artesanía. El tiempo que tienen de operar los emprendimientos oscilan entre 3 y 8 años.

A continuación, se describen elementos representativos tanto de los negocios artesanales con trayectoria extinta como de sus propietarios. A partir de dichos elementos se pretenden conocer los componentes puntuales que permitan comprender la trayectoria de estos negocios.

Las dueñas de uno de los negocios ubicados en Ensenada son dos hermanas. Una de ellas es viuda y tiene 72 años de edad; y la otra hermana es soltera y tiene 69 años. Ambas son originarias de Guerrero Negro, Baja California Sur y tienen 50 años radicando en Ensenada. Llama la atención que previo a narrar cómo surgió el negocio la socia de mayor edad menciona: “de dónde venimos casi no hay artesanía, no se hace artesanía”, (J, entrevista, 2022). La socia menor, refiriéndose a la producción artesanal en Ensenada, continúa diciendo, “y aquí tampoco se hace mucha, casi no hay artesanos reales, por eso nosotras no tenemos mucho esa cultura” a lo que la socia mayor aclara, “pero a nosotras siempre nos ha gustado así, pues ver la artesanía”. (J, entrevista, 2022).

En seguida cuentan la forma en que surgió el negocio. Ellas dicen que se enteraron de que, en Guadalajara, México se daban clases de elaboración de sandalias en la técnica de macramé. Así, en el año 2012, con la finalidad única de elaborar su propio calzado, decidieron pagar e ir a capacitarse. Los primeros dos meses elaboraron sandalias para uso personal, posteriormente sus amistades comenzaron a hacerles pedidos y a recomendarlas; así, poco a poco llegaban más pedidos. Aproximadamente, seis meses después de haberse capacitado se percataron que la elaboración de sandalias era una oportunidad de negocio; por tanto, decidieron rentar un local en Ensenada para vender sus artesanías.

En el año 2016 comenzaron a asistir a algunas exposiciones de arte, cultura y artesanía, primero en el área conocida como la bandera —espacio contiguo al puerto— y después en la plaza cívica de las tres cabezas, ambas en Ensenada. La hermana mayor durante la observación no participante narra que:

Cuando iniciamos a participar en expos, nos dimos cuenta que el organizador de Ensenada tenía una Asociación Civil, pero solo era para su beneficio, porque a nosotras nos cobraba bien caro, [...] se metía en problemas y entonces por su culpa, todos quedamos mal, y ese organizador ni era artesano. [...] así que en el año 2017 formamos

un grupo que se llamaba “Colectivo artesanal natural y orgánico Ensenada”. (J, entrevista, 2022).

Ilustración 6.2. Colectivo artesanal, natural y orgánico



Fuente: Imagen proporcionada por: (J, comunicación personal, 2022).

En estas expos conocimos a una persona que también organizaba eventos en Ensenada, pero esa persona venía desde Rosarito, [...] a diferencia del otro, es que este si era artesano. Platicando y platicando, nos dimos cuenta que teníamos las mismas preocupaciones los artesanos de Tijuana, Rosarito y Ensenada, [...] la preocupación más grande era el costo tan elevado para poder participar, entonces, el organizador que si era artesano y que ahora es representante legal dijo, “hay que juntarnos puros artesanos y hacer nuestra propia Asociación Civil para ayudarnos entre nosotros”, por eso y gracias a él, cuando se hizo México Artesano, estábamos incluidos los artesanos de Ensenada (comunicación personal, 2022).

Cabe mencionar que, al momento de la fundación de la asociación civil mencionada, al negocio de sandalias en técnica de macramé se le encomendó la tarea de gestionar permisos para realizar eventos artesanales en Ensenada. La socia mayor recuerda que, la Asociación conseguía

precios más “justos y así, todos podíamos participar en Tijuana, Ensenada, Rosarito y hasta a San Felipe nos íbamos en caravana”. (J, comunicación personal, 2022).

En esos eventos el negocio de sandalias de macramé ubicó como principales clientes al turismo que viene primordialmente a las playas del corredor turístico Tijuana-Ensenada; por ello, las hermanas decidieron incorporar joyería en la misma técnica que la de las sandalias, con el fin de cautivar a ese público.

En cuanto a la pregunta de, si en el momento en que inició la pandemia la actividad económica artesanal era importante tanto como productoras como económicamente, las dueñas de este negocio relatan lo siguiente: la socia mayor dice “no pues si, como no, claro que era muy importante, porque producimos entre las dos, yo iniciaba la primera parte de la sandalia y mi hermana lo remataba, ósea ella hacia el final”, la socia menor continúa diciendo “aparte podríamos salir a varios lugares”, la socia mayor interviene diciendo “y, bueno hicimos muy buenos amigos en la asociación, entre todos nos apoyábamos y nos daba gusto cuando nos compraban”. (J, entrevista, 2022). Con respecto a la importancia económica del negocio la socia mayor refiere que del total de los gastos que necesitan para sobrevivir, “pues como el 50% era de las artesanías, el resto lo aportaba mi esposo cuando vivía, y pues mi hermana siempre ha vivido conmigo”. (J, entrevista, 2022).

El segundo negocio artesanal ubicado en Ensenada, es de costura. Su dueña es una mujer joven de 35 años de edad, casada, sin hijos. De esta trayectoria, es la única dueña de negocio originaria de la región de estudio y con instrucción escolar universitaria, siendo esta la licenciatura de comercio exterior y aduanas. Con respecto al ingreso económico que percibía en el momento previo a la pandemia, menciona que el 30% provenía de la artesanía y el resto de la venta de otros productos no artesanales y la contribución de su esposo. Por otra parte, sobre la pregunta de si la artesanía era importante como persona menciona:

Sí era importante, porque si hacía algunas piezas artesanales también podía participar en eventos artesanales, por eso, yo al principio hacía cosmetiqueras y monederos a mano, pensaba que si lo hacía artesanalmente se podía vender más caro, pero la verdad ya después también me ayudaba de una máquina, la verdad es que hacer artesanía lleva mucho tiempo, es muy, muy

matado y la gente nomás no, no quiere pagar lo que vale un trabajo artesanal, hasta regatean. (O, entrevista, 2022).

Menciona que, debido al laborioso proceso, el esfuerzo y el tiempo que se invierte para producir piezas artesanales no le era posible producir lo suficiente para, en consecuencia, obtener mayores ingresos. La primera forma que encontró para aumentar sus ingresos, fue comprando a bajo precio artesanía y mezclándola con la propia, y lo segundo fue integrando productos manufacturados. En este sentido dice:

Cuando participaba en eventos de arte y cultura con artesanos, por ejemplo, algunos eventos que México artesano organizó en Ensenada, pues yo *mixteaba*, llevaba algunas cosas que yo hacía, pero también otras piezas artesanales que compraba o piezas fabricadas. (O, entrevista, 2022).

Aclara que no acostumbraba a asistir a muchos eventos porque le parecen excesivos los costos por cada espacio, en este sentido menciona “yo deje de ir a los eventos porque los organizadores son unos abusivos, dicen que nos representan, pero ni artesanos son” (O, entrevista, 2022).

“Imagínate si me cobraban cinco mil pesos, ¿cuántas cosmetiqueras artesanales tenía que hacer?, yo creo que toda una semana tenía que trabajar solo para el lugar, y para mí ganancia tenía que trabajar otra semana” (O, entrevista, 2022). Narra que esa fue una razón por la cual dejó de participar en eventos masivos. Agrega que “después solo iba a los eventos de México artesano, porque ahí nomás se cobraba para recuperar gastos, pero me daba pena porque siempre nos decían que puro artesanal, no *curios*²⁰” (O, entrevista, 2022).

Con respecto al único negocio de Rosarito, su dueña es una mujer también joven de 35 años, madre soltera, cuyo negocio es de joyería, primordialmente de pulseras en las técnicas de tejido y talabartería. Esta información se constató durante la observación no participante mientras el negocio estaba funcionando. En la historia de su negocio artesanal menciona: “haya de donde soy, aprendí un poquito a trabajar la piel y el tejido” (M, entrevista, 2022).

²⁰ Productos manufacturados de imitación artesanal

Cabe aclarar que esta entrevista semi estructurada se realizó vía telefónica, puesto que la dueña de este negocio cambió su lugar de residencia durante la pandemia. Sobre la importancia de la actividad artesanal narra:

Para mí era muy, muy importante porque me gustaba ir a varios estados de la república a conocer, y desde el 2018 con la venta de mis artesanías me sostenía ese era mi “*modus-vivendi*” En el viaje a Rosarito, Tijuana y Ensenada, conocí gente bien chida. Ahí los compas no son envidiosos [...] te comparten de los espacios y hasta te dan *tips* de dónde vender o cómo mejorar el trabajo. (M, entrevista, 2022).

Menciona que únicamente vendía en lugares públicos, primordialmente en Rosarito, donde no tuviera que pagar, pues sus utilidades no eran suficientes para costear un espacio en algún evento masivo, expresa “yo ni ilusiones tenía con ir a los grandes eventos porque sé que son caros” (M, entrevista, 2022).

En cuanto a la importancia económica refirió, “pues yo solo vivía de eso, pero como me conociste, [...] me las miraba bien negras para mantener a mi niña y pagar renta, nuestra vida era muy limitada y con muchas carencias” (M, entrevista, 2022). Esta información también fue constatada mediante observación no participante, mientras el negocio se mantenía operando. Al realizar su propio análisis, menciona que el recurso económico que generaba de la actividad artesanal, “en realidad yo creo que era como el 40 % de lo que yo necesitaba para vivir, no con lujos, pero ahí, más o menos”. (M, entrevista, 2022).

El cuarto negocio que siguió la trayectoria extinta corresponde al de una mujer de 52 años de edad y divorciada. Llama la atención que al preguntarle cómo surgió su negocio, relata que el inicio de éste se lo debe a un amigo artesano que la quería ayudar a incrementar sus ingresos. Al respecto narra:

Un amigo, que yo creo siempre me miraba necesitada, como en el año 2016, me dijo “aprende a hacer algo, aunque sea en YouTube y yo te ayudo a venderlo, te invito a donde vaya y ahí te presto un pedacito de mi puesto o cuando no puedas ir me llevo tus artesanías” y, pues sí, [...] dije a nadie le cae mal otro ingreso, entonces, estuve viendo videos y videos y otros me daban ideas, [...] así poco a poco fui investigando cómo se hacen los ojos de dios de los huicholes, [...] pensaba que hacer ojos de dios estaba bien porque los materiales son poquitos, baratos y se miraba fácil. (V, entrevista, 2022).

Con respecto a poner en el mercado las artesanías ojos de Dios, refiere que la mayor parte de las ventas las hizo el amigo que la impulsó a producir artesanía como una oportunidad de generar ingresos extras, sus palabras fueron: “La verdad que mi amigo sí me ayudaba, pero

yo no era constante con ir a vender, él cuando traía mis ojos de dios las vendía, porque él sí que es bien bueno para eso de las ventas” (V, entrevista, 2022). Con respecto a los lugares de venta, llaman la atención las razones por las cuales ella nunca tuvo la intención de tener su propio espacio en algún evento masivo. Refiere que éstas son: “yo nunca me anime a pagar un stand, porque en primera, son re caros y mi presupuesto no da para eso; en segunda, no puedo producir mucho y en tercera sola no me animo a vender”. (V, entrevista, 2022).

Por otra parte, menciona que el ingreso económico que provenía de la venta artesanal “en los mejores tiempos yo creo que ganaba como el 30% de lo que necesito para vivir”. (V, entrevista, 2022).

Al preguntarle cuál considera que es la razón por la que el ingreso económico proveniente de la venta artesanal no crecía, se sorprendió y su respuesta fue:

¡Mmm!, pues hígole, no sé, ni siquiera lo he pensado, pero yo creo que no he aprendido bien, [...] en ocasiones algunas piezas se me deshacen, otras veces no quedaban centradas, y otras por el acabado y la combinación de hilos no quedan tan bonitos y pues, este, no soy tan buena vendedora. (V, entrevista, 2022).

La siguiente pregunta fue si ella conocía el significado del tamaño, las formas, el orden de los colores, de esa artesanía y qué uso le daba la cultura huichol. Nuevamente estas preguntas la tomaron por sorpresa y su respuesta fue:

“Yo, solo sé que es artesanía de los huicholes y que le llaman ojo de dios, [...] yo pongo los colores como pienso que se van a ver bien. ¡Ay! Ahora que lo dices, puede que por eso se me dificulta vender, pos, no se explicar”. (V, entrevista, 2022).

Cabe mencionar que este relato fue conocido, al realizar observación no participante, en el taller de un artesano, quien pertenece al grupo de las trayectorias híbridas, mientras el artesano me mostraba su taller, encontró una bolsa con artesanías conocidas como “ojos de dios”, el artesano en mención comentó:

“¡Ah!, pues mira, estas son artesanías de una amiga, que le ayudo a vender sus cosas” (Comunicación personal, 2020). Enseguida se le pidió al artesano que contara sobre la historia de su amiga artesana, su negocio y en qué consiste su ayuda. El artesano narró:

Pues yo por querer ayudarla, le dije que aprendiera a hacer artesanía y me ofrecí para ayudarle a vender, [...] estas piezas yo las cuelgo alrededor de mi carpa para que sean muy visibles, la compañera se puso las pilas para aprender, mira ahí la lleva, pero si le falta mejorar su técnica, me da pena, pero estas se las tengo apartadas para que las arregle por que se empezaron a deshacer y estas de plano se quebraron, y pues así no se pueden

vender. [...] pero de las que se quebraron, no le voy a decir y se las voy a pagar, porque me ofrecía ayudarla y lo voy a cumplir, lo importante es que ella tenga confianza y avance”. (Comunicación personal, 2020).

El último negocio que siguió la trayectoria extinta es el de una mujer de 39 años de edad, soltera y sin hijos. Ella elaboraba bolsas y joyería de madera, su emprendimiento tenía 5 años, vendía en algunos eventos de arte, cultura y artesanía y rentaba una repisa en la tienda de una amiga. Al preguntarle si era importante la actividad artesanal como artesana y por la ganancia que obtenía de las ventas artesanales narró que:

Si es importante, porque gano algo de dinero, pero en realidad bien poquito como el 20% de mis gastos, [...] bueno, no puedo ganar mucho porque no tengo muchos productos, mi papá es carpintero, él me enseñó a usar las herramientas, vi la oportunidad de hacer cosas por mi cuenta, también para ganar un extra, por eso cuando puedo hago artesanía. (W, entrevista, 2022).

Con la finalidad de conocer más sobre este negocio se le pidió que ahondará más sobre el proceso de vender artesanía a lo que explicó, que una de sus amigas que tenía un colectivo le rentaba una repisa para poner sus artesanías, pero que en realidad ganaba poco, y que la misma amiga en expos grandes le compartía una sección de su carpa a cambio de ayuda en atención al cliente durante los eventos. Aclara, “yo solo iba a eventos si me compartían espacio, porque esos eventos son muy caros y aparte que no tengo mucha mercancía, no puedo pagar”. (W, entrevista, 2022).

En seguida se indagan las razones por las cuales no tiene suficiente mercancía artesanal para ofertar, en este sentido ella expresó: “¡Mmm! pues por el tiempo, cuando mi papá tiene pedidos grandes de muebles, yo le ayudo, [...] en otros momentos trabajo en un preescolar y otros momentos cuido a mi mamá”. (W, entrevista, 2022).

Hasta este momento, de la caracterización se puede observar que el grupo de negocios que conforman la trayectoria extinta, son mujeres jóvenes, la mayoría entre los 30 y 39 años, son ellas mismas las que tienen como máximo 5 años con su negocio, el cual además es unipersonal. El único negocio que tiene 8 años, que es unifamiliar y las dos mujeres son adultas es el de las hermanas que elaboran sandalias con la técnica de macramé.

Otra similitud es que, a todas se les pregunto si conocen la historia de la técnica que emplean a lo que contestaron que no saben. También se les preguntó si su artesanía tiene un significado, simbolismo o representación a lo que dos dijeron que no y tres dijeron no saber,

este es un indicio que ninguna de ellas tiene internalizado las cosmovisiones de las técnicas o productos que elaboran, más bien los ven cómo meramente un negocio.

También se debe tomar en consideración que los ingresos económicos de los negocios de esta trayectoria en el momento previo a la pandemia fue como máximo el 50% y el mínimo el 20%. Otro aspecto a considerar es que en todos los casos la participación en eventos masivos de arte, cultura y artesanía es mínima, pues refieren que los costos que implican estos eventos son elevados y se encuentran fuera de su presupuesto.

6.2.1.2 Del cierre de los negocios artesanales y sus razones

Para los negocios que siguieron la trayectoria extinta la COVID-19 implicó una enorme incertidumbre y miedo, el momento determinante fue cuando se ordenó el cierre de las actividades no esenciales como ya se adelantó en el apartado de fases de la COVID-19.

Por referencia de las mismas artesanas, la información sobre la COVID-19 la conocieron por medios de comunicación tanto escritos como de televisión y otros medios electrónicos. Ellas mismas explican que estos hechos son los que incrementaron su preocupación, miedo e imposibilitaron continuar el desarrollo de estas unidades económicas artesanales. Con relación a eso las informantes relatan cómo cada una fue tomando la decisión de cerrar su negocio artesanal.

Previo a continuar con el análisis del negocio de sandalias y joyería en la técnica de macramé ubicado en Ensenada, se hacen dos aclaraciones, la primera es que las dueñas de esta unidad económica artesanal, hasta el momento de la entrevista semiestructurada afirman su pertenencia a la A.C. México Artesano; la segunda aclaración es que en el momento en que se realizó la entrevista semi-estructurada mencionaron que por la pandemia de COVID-19 habían pausado temporalmente. No obstante, hasta el momento de la redacción de este estudio, se tuvo comunicación personal con la dueña de mayor edad, ella confirmó que no han retomado la actividad económica artesanal.

Con respecto a cómo vivieron la pandemia en el negocio indicaron que, cuando en los medios de comunicación se anunció que se debía realizar aislamiento en los domicilios, que si salíamos solo fuera por algo necesario y que, además mantuviéramos la sana distancia, estas medidas fueron preocupantes para las dueñas de este negocio. Estas artesanas se preocuparon

por mantener el negocio, pero el miedo más grande era a contagiarse. En este sentido, la socia mayor dice: “nosotras de veras que, si nos asustamos mucho, [...] como ya somos grandes teníamos mucho miedo a contagiarnos”, la socia menor complementa diciendo, “por ese miedo tan, pero tan grande, de plano nos encerramos, casi no hablábamos con nadie, no aceptamos visitas y solo salimos a lo necesario y bien protegidas”. (J, entrevista, 2022).

Las dueñas de este negocio aclaran que inicialmente pensaron cerrar solo temporalmente, pues creían que la pandemia duraría alrededor de tres meses. Así es como lo narran: “Nosotras no queríamos cerrar, [...] de hecho, aunque la pandemia estaba, nosotros pagamos la renta de febrero y marzo. No abríamos el local porque teníamos mucho miedo del contagio”, dice la hermana mayor, a lo que la hermana menor complementa diciendo, “aunque no teníamos el local abierto, [...] en la casa seguimos produciendo nuestras sandalias, [...] hasta que se nos terminaron las suelas” (J, entrevista, 2022). También mencionan que después ya no les fue posible continuar con la producción de sandalias debido a que, su proveedora de suelas ubicada en Guadalajara también cerró.

Mientras la COVID-19 continuaba su curso y los medios de comunicación informaban las acciones que debían acatar los negocios y la sociedad, las dueñas de este negocio de sandalias al enterarse que por la contingencia sanitaria se ordenaba suspensión de clases presenciales y el cierre de las actividades económicas no esenciales, además de la suspensión de concentración en eventos públicos y que no debería haber concentración de personas en espacios reducidos, experimentaban aún más miedo y en conjunto con las medidas implementadas para mitigar la pandemia, fueron el detonante para que en el inicio de la segunda fase tomaran la decisión de cerrar definitivamente el local artesanal. Para conocer más sobre esta trayectoria a continuación se brinda parte de la narración directa de la entrevista semi-estructurada.

La socia mayor dijo con mucho pesar, “¡hay! pues, fue muy, muy triste, pero ni modo, cuando nos enteramos que se tenían que cerrar los negocios y todo los demás que ya dijimos, no nos quedó de otra más que cerrar”, la socia menor continúa diciendo, “tuvimos que ir al local poner toda nuestra producción en cajas y traerlas a casa”, la socia mayor concluye diciendo, “como pensamos que ya no tenía caso seguir pagando renta, con tristeza y todo pero

cuando terminamos de sacar nuestras cosas entregamos el local a su dueño”. ”. (J, entrevista, 2022).

Por su parte, la dueña del negocio artesanal que elabora joyería en la técnica de talabartería y tejido menciona que su experiencia en Tijuana y Rosarito “aunque fue agradable y con muchos aprendizajes, me tuve que ir”, y aunque son municipios en los que hay oportunidad de generar negocios, tuvo que cerrar el suyo. Ella hace una comparación con otras partes del país que ha recorrido llevando su negocio de artesanía y menciona “yo creo que, ahí como todos somos migrantes, la raza sabe lo que se le sufre, y por eso apoyan al artesano que vamos llegando, pero, aun así, en Tijuana y Rosarito uno come si trabaja y el COVID, nos quitó los trabajos”. (M, entrevista, 2022).

Como parte de la experiencia resalta su sentir cuando elogian su trabajo, lo expresa diciendo “La verdad se siente bien chido cuando los clientes dicen que es bonito lo que haces, [...] cuándo se llevaban una pieza hecha por mí, me daba mucho gusto porque sentía que soy útil, que puedo mejorar y me emocionaba hacer otra pieza. (M, entrevista, 2022).

La dueña de este negocio recuerda que, al inicio pensó que todo pasaría rápido, como la influenza, pero cuando se dio cuenta que no sería así, todos los días se informaba sobre la evolución de la pandemia, que, por televisión se enteraba de las noticias del estado y por internet daba seguimiento a las noticias nacionales. En cuanto a eso menciona que obtener exceso de información, pero sin tener certeza de la veracidad, la llevó a sentirse abrumada, desesperada y sobre todo con miedo. Emocionada realiza el siguiente recuento:

Yo soy muy entrona. No le tengo miedo a casi nada. Creo que no fue bueno estar viendo tantas noticias, [...] creo que muchas veces exageran, pero ahora sí, la neta tuve mucho miedo cuando decían de muertos y más muertos [...], no tanto por mí, sino por mí hijita. Cuando hablaba con mi familia del sur y me decían que estaban cerrando carreteras, que también estaba cerrando las entradas al pueblo, [...] que la misma gente de ahí se estaba organizando para no dejar entrar a otras personas que no vivan en el pueblo por miedo a que lleven enfermedad, mi familia me dijo: “Mejor regresa, porque dicen que en unos días ya no van a dejar ni que entre, ni que salga nadie del pueblo”. Entonces pensé: “¿Y qué tal si me contagio? ¿Quién va a cuidar a mi hija? ¿Y qué tal si me muero? ¿Qué va a ser de mi hija, dónde se va a quedar y con quién?, porque, aunque tenía amistades y me echaban la mano, yo sabía que como tal no era una red de apoyo fuerte, no tanto como para responsabilizarse de mi o de mi hija”. (M, entrevista, 2022).

La dueña de este negocio realizó un análisis tanto del negocio como de su vida personal, así fue como determinó que, dada la situación ya no podía salir a vender la artesanía que produce y por tanto no podría pagar la renta del lugar que habitaba, lo mejor era regresar con su familia. Ella narra, “el lugar donde más vendía era en la playa a los turistas y en ocasiones en parques o la calle, no en Facebook porque en Rosarito no era conocida y no tenía muchos contactos”. La incertidumbre para este negocio crecía cada día, se notaba que las autoridades no estaban tomando en consideración estos negocios en los planes para mitigar los contagios, por tanto, se adelantaba que no habría apoyos para la sobrevivencia.

Fue entonces que dije pues quién sabe cuánto va a tardar esto del COVID, y pues, este [...] aunque Rosarito y Tijuana están muy chidas, aquí, aunque hago lo mismo que muchos, si se vende bien la artesanía, aquí he aprendido mucho para mi negocio, pero ahora ya no se puede ni vender. Resulta que, aunque estaba, yo creo, muy informada, hasta de más sobre la pandemia, nunca [...] ni en lo que leí, ni en las imágenes, ni en lo que escuché dijeron algo de los negocios de artesanía, [...] me imaginaba que no iba a haber nada de apoyos, es como si no existiéramos. (M, entrevista, 2022).

Finalmente, con un panorama desalentador para su negocio, la condicionante de una red de apoyo débil, el nulo uso de herramientas digitales, la dependencia del turismo que ahora estaba ausente, no tener un producto diferenciador y las amenazas policiales, aunada la necesidad personal de sobrevivencia, fueron los elementos que contribuyeron a cerrar este negocio. A continuación, la dueña de este negocio narra el cierre del mismo.

Recuerdo que de las últimas veces que salí a vender los policías me correteaban, me amenazaban con encarcelarme y una vez hasta me quitaron mis cosas, [...] así pues, a la mala supe que la artesanía no importa o como dicen, no es esencial y pues también supe que para las autoridades en Tijuana y Rosarito el artesano menos vale, hasta nos ven como delincuentes. Pues, aunque no quería, [...] no me quedo de otra, como en abril del 20 me vine a mi pueblo, total si algo me pasaba, mi hija podría quedarse con mi familia. (M, entrevista, 2022).

La dueña del negocio de monederos y cosmetiqueras cuenta que durante la pandemia su principal medio de información fue mediante el internet. Al inicio pensaba que duraría poco tiempo, que ella no sabía que la producción artesanal no es esencial, hasta que se ordenó el cierre de negocios y aunque refiere que nunca escuchó que nombraran a los artesanos, si escuchó sobre el comercio. En cuanto a eso dice “cuando dijeron que, del cierre de negocios, y que ya no habrían eventos culturales, [...] me mataron las ganas de seguir produciendo artesanalmente, pues en las expos es donde mejor se vende lo artesanal, en abril solo termine las piezas iniciadas” (O, entrevista, 2022). Además, menciona que reflexionando concluyó lo siguiente:

Creo que soy más emprendedora que artesana, [...] la neta, el título de artesana me queda muy grande, [...] admiro mucho las personas que tienen muchos años como artesanos, que hacen cosas bien bonitas, bien elaboradas, cuando alguien les pregunta por sus piezas, se sienten bien orgullosos de lo que hacen, claro que una satisfacción es ganar dinero, conocer gente y aprender de otros, pero la verdad es que la artesanía la gente no la valora, ahora sí que lo hacen por amor al arte, o sea, por vocación. (O, entrevista, 2022).

A continuación, la dueña de este negocio narra lo que hizo en el momento en qué tuvo que cerrar su local.

Por eso, cuándo inició la pandemia yo dije: “Esto no se arma”, porque ya no se podía ni salir a vender. Entonces lo que hice fue cerrar el local y comenzar por *Facebook*, poniendo fotos y haciendo [...] *Facebook Live* de lo que me quedaba artesanalmente y de cosas bonitas compradas. Algunas veces he comprado artesanía y también la ofrezco, eso me ha resultado muy bien.

Con respecto a la artesana que elabora ojos de dios de la cultura huichol en la técnica de urdimbre también refirió que al inicio de la COVID-19, pensó que la pandemia duraría más o menos el tiempo que duró la contingencia derivada del contagio de la gripe influenza, causada por el virus H1N1 en el año 2010. Ella narra sus recuerdos así:

De lo que yo recuerdo es que primero seguí trabajando como cajera y a los conocidos les ofrecía mi artesanía, pero muy pocos me compraron, pero después cerraron donde trabajaba, me quede unos días en casa, pero pos como hay que seguir comiendo y por mucho tiempo he sido cajera, dije, le sigo como cajera, [...] ya después que pase lo feo, veo como sigo con la artesanía. De todos modos, aunque me preocupé cuando mi hija que aún estudia, me dijo que suspendieron clases, pensé que era normal, [...] ¡híjole!, cuando sí me preocupé más, fue cuando en la tele dijeron que la oficina de turismo, creo se llama, la secretaría de turismo, iba a cerrar por un tiempo. (V, entrevista, 2022).

Relata con tristeza que al saber que cancelaron los eventos al aire libre y que se prohibía la concentración de personas, su pensamiento fue, “ya para qué hago artesanía, si ya no se podrá vender”. (V, entrevista, 2022).

La quinta trayectoria extinta es la de una artesana que elabora piezas de madera. A continuación, ella relata lo que pensaba al inicio de la pandemia de COVID-19:

Cuando en la tele decían que nos quedaríamos en casa, yo pensaba que esto del COVID pasaría rápido. Como cuando “jue” lo de la influenza, [...] que yo, ni lo sentí. Solo lo sabía por lo que decían en la tele y, en aquel entonces dejamos de trabajar un poquito, [...] pero no fue tan grave, lo que sí me preocupaba fue que, como a mediados de marzo, comenzaron a decir en la tele y el internet que los turistas ya no iban a poder venir a México, [...] ni nosotras podíamos ir a los Estados Unidos. Yo dije: “Bueno, pos como quiera, yo ni visa tengo²¹”. Pero sí me preocupaba, porque sé que otros compañeros venden en San Diego y los Ángeles. Dije: “¿Y si de veritas no dejan pasar a los turistas que vienen del gabacho? Puede que también me afecte”. Pero me decía a mí misma: “Tengo fe de que todo va a ser igual”. Entonces decidí que por mientras aprovechaba para descansar y cuidar a mi mamá. Y decía: “Ya, después, a ver cómo le hago para reponerme en el negocio”. (W, entrevista, 2022).

Con desánimo la dueña de este negocio menciona que dejó de producir en marzo del 2020, justo en el momento que supo que ya no habría turismo, ni eventos masivos, pero tenía la esperanza que, en el local de su amiga, donde ella rentaba una repisa para venta de su artesanía, encontrara la forma de seguir vendiendo. La dueña de este negocio a continuación relata el cierre del mismo:

No planeaba dejar de vender. Me da pena, pero, los únicos lugares donde yo vendía eran en el local de una amiga, [...] ella me dijo: “Vamos a cerrar, porque han estado llegando inspectores y policías y dicen que no somos esenciales, así que cada quien nos vamos a tener que llevar nuestras artesanías” [...] con la pena, pero me lleve mis cosas. El otro lugar donde vendía era cuándo la asociación civil México artesano realizaba eventos y la neta que nos alivianaba un chingo, [...] porque hacían los trámites y nos cobraban bien poquito. Pero dijeron que por la pandemia el gobierno suspendió todos los permisos, incluso los que ya están pagados o firmados. Así fue como ya no volví a vender más artesanía. (W, entrevista, 2022).

²¹ Las artesanas que conforman el grupo de trayectoria extinta, 4 no cuentan con ningún tipo de documento para ir a los Estados Unidos, solo las dos hermanas socias de uno de los negocios en cuestión, cuentan con visa de turista, la cual utilizaron una sola vez para poner en el correo postal de San Diego un envió de las sandalias que elaboran artesanalmente.

Hasta este punto, las cinco trayectorias aquí analizadas coincidieron en creer que la pandemia duraría alrededor de dos o tres meses y que pronto regresarían a la actividad económica artesanal que habitualmente tenían; es decir, que retornarían a operar sus negocios artesanales como lo hacían antes de saber de la existencia de la enfermedad de COVID-19. Esta idea descansa en la misma referencia proporcionada por este grupo, el cual durante el trabajo en campo refirió haber tomado como referencia las afectaciones, tanto de salud como económica, que tuvo el virus de influenza A/H1N1-09²² -qué causa la enfermedad de gripe porcina- para posteriormente compararlo con el virus del SARS-CoV2 – que causa la enfermedad de COVID-19–, razón por la cual este grupo confiaba en que los meses de febrero, marzo y abril de 2020 serían los más críticos para su negocio.

Pronosticaron que las afectaciones serían mínimas y realizando algunos esfuerzos lograrían sobreponerse en términos de producción y venta de artesanías, por ejemplo, la artesana que elaboraba urdimbre dijo: “[...], pero cuando yo decía, hay después veo como le hago para seguirle, yo y otros con los que platicaba, pensábamos que, no era grave. [...] que pasaría rápido, como la influenza, pero ¡tomala! que nos equivocamos” (V, entrevista, 2022).

6.2.1.3. Los negocios artesanales extintos en la “postpandemia”

Durante la entrevista semi-estructurada a las dueñas del negocio de sandalias en macramé se les preguntó si habían intentado retomar la actividad artesanal, a lo que explicaron que no sabían cómo hacerlo porque ellas no tomaban ni los números telefónicos, ni el Facebook de los clientes, que las tarjetas de presentación que otorgaban tenían la función de garantía del producto, no de contacto con el cliente, pues se les dificulta usar los medios electrónicos. Además, mencionan que no están dispuestas a utilizar herramientas electrónicas, en este sentido la socia mayor menciona:

“Para nosotras ya es muy difícil todo eso, yo no ando todo el día con el celular”. A la pregunta de si les gustaría usar Instagram, Facebook o WhatsApp para retomar su negocio la socia mayor respondió “no, yo no usaría nada de eso, hay que estar mucho tiempo ahí”, la respuesta de la socia menor fue “no, la verdad yo tampoco los usaría para negocio”. En seguida se les preguntó si se animarían a hacer *Facebook Live*, de vez en

²² De Acuerdo a la OMS, el virus influenza A/H1N1/09, causa la enfermedad de gripe porcina; el 11 de junio de 2009, la OMS clasificó la epidemia de la gripe porcina en el nivel de alerta seis, esto significa, que la pandemia ya se encontraba en curso; para agosto de 2010, también la OMS declaró que había terminado la pandemia, aun así, se hizo la recomendación de mantener la vigilancia epidemiológica.

cuando para promover sus sandalias, la respuesta de la socia mayor fue “no, no lo haría, porque no me gusta mi voz, no sabría que decir y nuestro producto no es para la gente de por aquí, es para los turistas que vienen a la playa”, la socia menor simplemente mediante expresión corporal evidenció su negativa. (J, entrevista, 2022).

Las dueñas de este negocio narran dos intentos de retomar su negocio artesanal, pero ellas mismas adelantan diciendo que ninguno funcionó. En el primer intento trataron de realizar en su vivienda un evento para mostrar a los asistentes sus artesanías e invitar a comprar. La forma en que lo realizaron es la siguiente: inicia narrando la socia menor “Pues, nosotras les hablamos a nuestras amistades y les decíamos: ‘Vengan a la casa a tomarse un café con la sana distancia y les mostramos lo que tenemos’, pero no quisieron”; luego la socia mayor explica “lo que pasa es que nuestros clientes son turismo, no la gente que vive aquí”; la hermana menor refuerza la misma idea recordando que, en efecto, siempre le habían vendido al turismo, y afirma que “por eso nos iba bien cuando nos poníamos en las tres cabezas o en la bandera de Ensenada, porque ahí les vendíamos a los que llegan en los barcos, y en Rosarito el turismo que se hospeda en los hoteles”. (J, entrevista, 2022).

El segundo intento ocurrió en junio del 2020, cuando hubo un evento en un hotel en el que la socia mayor menciona “pues nos fue bien porque nos compraron algo y es que nosotras pensábamos que no venderemos nada”, al mismo tiempo lamenta que en realidad no nos fue tan bien cómo era antes de la pandemia. La socia mayor termina diciendo “Después de eso no volvimos a salir nunca más a vender”. Enseguida aclara, “pero todavía tenemos la esperanza de regresar, porque es algo que nos gusta y extrañamos mucho a los compañeros de México artesano, nosotros éramos como familia, nos ayudamos en todo”, dice que con nostalgia recuerda y agradece el apoyo y los momentos vividos; en este sentido, comparte “nosotras que ya pues no podemos cargar mucho, el grupo nos ayudaba, aparte aprendimos y no las pasamos muy bien cuando hacíamos los eventos”. (J, entrevista, 2022).

Después de cerrar el negocio artesanal, compartieron que concluyeron la construcción de una vivienda de la cual ahora obtienen ingresos rentando por medio de Airbnb, —lugar en el que se realiza la entrevista semiestructurada—, a la socia mayor le otorgaron pensión por parte de su esposo y las dos obtuvieron su jubilación.

Finalmente, casi al concluir la redacción de este documento se tuvo comunicación personal con la socia mayor, ella expresó “no hemos vuelto a vender, ojalá que México artesano haga eventos para ir, con otros no vamos por que ya se volvió un negocio solo para los organizadores que andan cobrando hasta seis mil quinientos y luego lugares malos”. (J, comunicación personal, 2022).

La artesana que acostumbra a viajar y sobrevivir de su negocio de artesanías de talabartería y tejido, en su pueblo tiene una red de apoyo más amplia la cual la recibió y le apoyó para conseguir trabajo en un comercio, no pierde la esperanza de algún día volver a salir y retomar su negocio de artesanía. Sus palabras fueron “quizá más adelante ya que mi hija sea independiente, salga nuevamente a los estados con mi artesanía, por lo mientras puedo practicar para hacer mejores piezas” (M, entrevista, 2022).

La dueña del negocio de cosmetiqueras y monederos artesanales hace un análisis y recuento de su negocio artesanal y las implicaciones de estos negocios.

Cuando participaba en eventos de arte y cultura con artesanos, por ejemplo, algunos eventos que México artesano organizó en Ensenada, pues yo *mixteaba*, llevaba algunas cosas que yo hacía, pero también otras piezas artesanales que compraba o piezas fabricadas.

Yo hacía cosmetiqueras, pero la verdad es que hacer artesanía lleva mucho tiempo, es muy, muy matado y la gente nomás no, no quiere pagar lo que vale un trabajo artesanal, hasta regatean. [...] Por eso combinaba lo que hacía y comprado. Yo creo que soy más emprendedora que artesana, [...] la neta, el título de artesana me queda muy grande, [...] admiro mucho las personas que tienen muchos años como artesanos, que hacen cosas bien bonitas, bien elaboradas, con materiales bien básicos y cuando alguien les pregunta por sus piezas, se sienten bien orgullosos de lo que hacen, [...] pero la verdad es que la artesanía la gente no la valora, ahora sí que lo hacen por amor al arte, o sea, ellos deberás tienen vocación para defender los oficios y representar su cultura. (O, entrevista, 2022).

Menciona que después de “pensar y pensar” cuando decidió dejar de producir artesanía, se dio cuenta y concluyó que no cualquier persona se puede autonombrar artesana o artesano. En relación con eso dice:

yo veo que eso, pues como lo digo, [...] como que se convierte en parte de la vida diaria de la persona, y como aman lo que hacen, y aparte están seguros de lo que están representando. ¡Hay! pues como que veo que las manos aprendieron a hacer y las ventas fluyen. [...] siento que no cualquiera puede decir que es artesano, [...] siento que se tiene

que tener la forma en la cabeza, el talento en las manos y además saber vender y explicar. (M, entrevista, 2022). (O, entrevista, 2022).

Ya después que pasó un poco la pandemia pude abrir nuevamente la tienda, pero, me di cuenta que el tiempo que podría usar para hacer artesanía, es mejor invertirlo en jalar clientes por las redes sociales y hacer, [...] Facebook Live, ahí digo los precios, los clientes hacen sus pedidos durante la transmisión, [...] me pagan con transferencia o depósito y [...] van a recogerlo a la tienda. Ahí cuando van a recoger, muchas veces compran algo más. También ganó rentando repisas a otros emprendedores y artesanos, pero yo no volví a hacer artesanía. (O, entrevista, 2022).

La artesana que elabora ojos de dios relata que durante la pandemia dos amistades artesanas le apoyaron con despensa, “mi amigo artesano que me ayuda a vender lo que yo hacía y otra amiga que también es artesana me traían despensas y eso me ayudó mucho, pero ya no hice artesanía”. (V, entrevista, 2022). A continuación, esta artesana hace un recuento de su negocio, en el que identifica las limitaciones que tuvo para continuar el negocio de artesanía.

Nunca fui tan buena para las ventas o sea convencer a los clientes de que compren o explicar lo que hacía. En realidad, yo he trabajado mucho tiempo de cajera, pero no tengo que convencer a nadie, solo cobrar. Mis artesanías las iba a vender cuando México artesano me invitaba. Yo no soy integrante de esa asociación civil, pero me tratan como uno de ellos, ahí no discriminan como en otros lugares, [...] la neta son bien buena onda, me la pasaba bien, porque ahí todos se ayudan, hay compañerismo y uno aprende, [...] además era dinerito extra, pero nunca fui tan movida para buscar muchas más opciones. Uno de los compañeros de México artesano me dijo: “Te echo la mano, mira, para alivianarte, si quieres déjame tus cosas y cuando salga eventos te las voy vendiendo” [...] yo creo que se daba cuenta que no sabía vender y pues me hizo el paro con muchas piezas, pero pues ya en la pandemia no hubo eventos y yo continúe con mi trabajo de cajera. (V, entrevista, 2022).

Finalmente, las trayectorias extintas se concluyen con la narración del emprendimiento de la dueña del negocio de bolsas de madera, lamenta no haber considerado los consejos que le dieron sus compañeras/os artesanas, ahora piensa que si se hubiera preparado para los momentos difíciles quizá podría continuar. En seguida se presenta su análisis.

Reconozco que me decían que me hiciera de mis clientes propios, que me fijara que le gusta a los que llegaban a mi mesa, que hiciera nuevos diseños, y pos no, no hice caso a los consejos, veme aquí, [...] mi negocio se acabó porque no tenía clientes que me buscaran, pues no, no se me ocurrieron ideas de cómo continuar. Bueno pos tampoco me esforcé por buscar las formas de innovar o usar el Facebook como veo que otros lo hicieron, [...] además que nunca he sido buena para hacer conectes, continuo con mi vida como antes, pero sin artesanía, y pos como dicen, ahora ni arrepentirse, ni llorar va a resolver lo que no hice antes. (W, entrevista, 2022).

En conclusión, se observa que a pesar de que al inicio de la COVID-19 hubo cierta positividad y pronóstico optimista, la COVID-19 continuó su curso e irremediamente fue coyuntural el ordenamiento de cerrar las actividades económicas no esenciales, en este punto estos negocios no encontraron la forma de continuar.

Cabe aclarar que ninguna de las artesanas sabía si su trabajo podía tener categoría de esencial. De hecho, todas refirieron que ni siquiera se habían hecho esta pregunta con antelación, y mencionan que esto lo supieron cuándo en la segunda fase de la COVID-19 se vieron imposibilitadas para continuar las ventas de artesanía.

Incluir el grupo de estudio de artesanas que no continuaron su negocio, se considera como aporte valioso, que abona al conocimiento del sector artesanal y da paso a formular algunas interrogantes respecto a cuáles son los elementos que favorecen la continuidad de los negocios artesanales y cuáles, por el contrario, lo frenan. También permite tener una comprensión más integral en cuanto a que la actividad económica artesanal se compone de los siguientes ejes básicos: diseño, producción, promoción y comercialización. En consecuencia, surge la necesidad de realizar un análisis de manera integral, atendiendo la actividad en su fase de diseño, producción y comercialización, y tomando en cuenta el contexto y los dueños que dan vida a estas unidades económicas.

A partir del trabajo en campo, resulta evidente que hubo elementos endógenos y exógenos que influyeron para que estas cinco trayectorias cerraran definitivamente su emprendimiento artesanal. Dentro de los elementos exógenos coincidentes se encuentra que la pandemia de COVID-19 causó incertidumbre en los negocios; las medidas para mitigar los contagios de covid-19 imposibilitaron la comercialización en los locales y lugares públicos; la pandemia se prolongó más del tiempo que los negocios artesanales pronosticaban y la falta de

apoyo gubernamental e institucional a este sector de la economía fue evidente. Claramente esta situación fue igual para la mayoría de los negocios en el país, sin embargo, estos cinco emprendimientos tuvieron condicionantes que no les permitieron transitar por la covid- 19.

Los elementos endógenos que tienen correspondencia entre las narraciones y lo observado en campo son: la débil capacidad de generar redes de apoyo, la mínima destreza de producción, promoción y venta, la incipiente utilización de medios electrónicos, la corta experiencia en el ramo, el débil posicionamiento en el mercado, la dependencia del turismo, eventos masivos y amistades, sobre todo baja motivación y voluntad para tomar riesgos e innovar entonados los ejes de las actividad económica artesanal. En resumen, se identifica la carencia de vocación y pasión internalizada.

Ahora bien, conociendo como se dieron está cinco trayectorias denominadas extintas, surge la interrogante de si es posible vislumbrar los elementos que favorecen la permanencia de los emprendimientos artesanales. Para ello, será de gran utilidad conocer de las siguientes trayectorias si tienen una red de apoyo más fuerte, fidelización de clientes, utilizan herramientas digitales, asumen riesgos, implementan innovaciones, tienen mayor vocación, cuentan con capacidades más desarrolladas en cuanto a la producción e interacción con los clientes, entre otras.

6.2.2. Los negocios artesanales en la trayectoria pausada

Con miras hacia un análisis preciso, se debe recordar que las trayectorias pausadas representan a aquellos negocios artesanales que habiendo cerrado por la pandemia de COVID-19 en algún momento posterior retomaron de nuevo la actividad artesanal con fines económicos. La vuelta a la actividad artesanal luego de haber efectivamente cerrado el negocio es lo que distingue esta trayectoria de la extinta.

Esta trayectoria consta de dos momentos principales: el cierre del negocio, que en definitiva terminó siendo solo una pausa, y su reapertura. Sin embargo, lo distintivo de esta trayectoria no es que el negocio haya cerrado, pues lo mismo también ocurre en la trayectoria extinta. Su especificidad radica en que, a diferencia de aquella, los negocios de la trayectoria pausada regresan al mercado produciendo y vendiendo productos artesanales. Numerosas, entonces, son las preguntas que surgen: ¿tienen los negocios artesanales que siguieron esta

trayectoria un perfil distintivo? ¿En qué momento cerraron y en qué momento volvieron a abrir? ¿Qué circunstancias indujeron esos dos eventos? ¿A qué se dedicaron en el ínter?

Lógicamente, vale la pena hacer el análisis del momento concreto y las causas que indujeron a los artesanos y artesanas, que siguieron esta trayectoria, a tomar la decisión de suspender la actividad económica que hasta ese momento venían realizando. Esto es relevante, incluso, aunque ese momento y esas causas pudieran llegar a coincidir con lo registrado en algunas de las trayectorias restantes. Pero, por constituir su rasgo más específico, consideramos que más importante aún es entender puntualmente qué circunstancias permitieron a estos negocios sobreponerse a la adversidad de haber cerrado al inicio de la pandemia.

El examen de la caracterización de esta trayectoria se hará en tres dimensiones principales: perfil de los negocios pausados, la temporalidad en el cierre eventual y reapertura, y los elementos causales que contribuyen a entender estos dos acontecimientos. Adicionalmente, se exploró el peso de estos acontecimientos en la actividad actual de estos negocios.

6.2.2.1. Perfil de los negocios pausados

Los negocios artesanales que siguieron la trayectoria pausada son tres. Como es de suponer, por ser un grupo tan pequeño numéricamente, resulta difícil establecer un perfil claro de estos negocios, aunque intentaremos trazar algunos de sus rasgos generales.

Si consideramos el sexo de sus propietarios, vemos que la distribución es similar a la que sigue el conjunto de negocios entrevistados: dos mujeres y un hombre. También, con 45 años, la edad promedio de los dueños de los negocios pausados es similar a la de todo el grupo entrevistado, aunque el rango de los primeros (35 años) no es tan amplio como en el caso de los últimos (50 años). Son igualmente negocios mayoritariamente radicados en Tijuana. Por último, ninguno es oriundo de la región. Pero hasta aquí llega la relativa semejanza entre este grupo y el más amplio que reúne a todos los entrevistados, dado que sus integrantes son heterogéneos en cuanto a lo que producen, las técnicas utilizadas para su producción y, en general, su experiencia artesanal.

En seguida se hace una breve caracterización de cada uno de estos negocios artesanales pausados, así como de sus propietarios. Lo anterior con el fin de establecer los elementos concretos que eventualmente contribuyan a entender la ruta que siguieron. Cabe mencionar que ninguno de los tres artesanos se conocía entre sí.

Una de las unidades artesanales es liderada por una mujer joven, de 37 años. Ella es nacida en los Estados Unidos, aunque de origen mexicano, y mantiene una vida binacional activa. Su negocio se localiza en Tijuana. Se considera a sí misma una “artista”, en tanto su trabajo busca no solo ser artísticamente hermoso sino también transmitir un claro mensaje social y político²³. Su negocio se dedica a la artesanía con hilos. Resulta curioso que la tomó por sorpresa la pregunta acerca de la técnica artesanal que utilizaba, pues desconocía el nombre de la misma. Su respuesta fue: “Híjole, buena pregunta, [...] ¡no sé! [...] yo creo es hilandera, porque uso mucho hilo” (H, entrevista, 2022). En realidad, el nombre de esta técnica es “urdimbre”, y el tipo de artesanía que se produce con ella corresponde a la cultura Wixárika, conocida en español como Huichol.

Quizá el desconocimiento mostrado se deba a que realmente no tiene ese origen étnico, pues al preguntarle cómo aprendió la técnica mencionada, respondió que “pertenecía un grupo mexicana de danzantes, en la torre de Agua Caliente, Tijuana. [...] Se compartía de todo, incluyendo los saberes, y ahí me enseñaron la técnica en formato amplio. Yo la adapté para hacer aretes, porque son mi fijación”. Lleva siete años con este negocio artesanal. Es importante señalar que, de acuerdo a lo que mencionó su dueña en la entrevista, el negocio generaba el 40% de sus ingresos económicos, mientras que el 60% restante provenía del activismo, puesto que administra una colectiva feminista, las becas que obtiene esta colectiva, incluyen un presupuesto para pago de trabajo administrativo y organizativo. (H, entrevista, 2022).

²³ En palabras de la propia entrevistada, *artista* es “una combinación, [...] de trabajo social, óseo activismo, con creatividad artística” (H, entrevista, 2022).

Ilustración 6.3. Artesanías *wixárikas* (*Ojos de dios*)



Fuente: (H, Instagram, 2022).

El segundo es propiedad de una mujer también joven, de 32 años de edad. Tiene tres años radicando en Tijuana, pero lleva ocho con el negocio. Acostumbra, según menciona, a viajar mucho por el país, lo que resulta un dato importante, porque la actividad artesanal la desarrolla fundamentalmente en los lugares a los que llega. Se ha especializado en la técnica del macramé, que aprendió principalmente mediante dos modalidades principales. Una de ellas, por medio de transmisión del conocimiento con otros artesanos durante sus viajes. La segunda, de forma autodidacta. Según indica, antes de la COVID-19 el negocio artesanal generaba el 50% de sus ingresos económicos, y el otro 50% provenía de realizar circo social. Los clientes han sido primordialmente “los residentes de la región y turistas que transitan Zona Río, la zona Centro y Playas” (G, entrevista, 2022), siendo de Tijuana las tres áreas geográficas referidas.

El tercer negocio pausado pertenece a un hombre artesano, ya mayor, pues tiene 67 años de edad. Casi toda su vida, 50 años, ha radicado en Playas de Rosarito, lugar en el que abrió su negocio de artesanía hace 43 años, cuando llevaba siete de residir en esta ciudad. Este artesano utiliza la técnica de calado en metales y madera. Y, al igual que en los otros dos casos examinados, no todo su ingreso provenía de su actividad artesanal, de la que se originaba aproximadamente el 70% de sus entradas monetarias, pues combinaba esta actividad con la venta de herbolaria, la cual representaba alrededor del 30% de los beneficios que recibía. Su comienzo fue azaroso, como una manera útil de emplear el tiempo a raíz de un contratiempo que le obligó a un largo período de inmovilidad. Así lo cuenta:

Tuve un accidente. Casi no me podía mover. Estaba en silla. Algo tenía que hacer y, así, sentado, comencé a practicar y elaborar la artesanía. [...] La vendía con conocidos y

personas cercanas. Ya que pude caminar, comencé a ir a muchos lugares en México y Estados Unidos, y pos nunca antes había parado (N, entrevista, 2022).

En cuanto a los clientes principales, menciona que los tiene muy bien ubicados, y estos son, en orden de incidencia: el turismo proveniente de Los Ángeles y San Francisco; luego el turismo de San Diego; el turismo nacional mexicano; y, por último, en menor medida, la población local. En general, le otorga mayor importancia económica al turista extranjero. Aunque no tiene en tan buena estima al que proviene de la vecindad de San Diego. A este respecto relata:

¡Mmm, no! ¡A mí que me van a contar! Si lo he visto por años. Sé muy bien que los que cruzan de San Diego y Chula Vista vienen a hacer su desmadre; o sea, a hacer lo que en su país no pueden. [...] Consumen para divertirse, sobre todo comida y bebida, [...] pero no artesanía. Aunque, claro, hay sus excepciones, no digo que no. Algunos compran artesanía, pero son los menos (N, entrevista, 2022).

Hasta aquí la escueta caracterización de los tres negocios artesanales pausados. Si nos atenemos a los rasgos que se usaron para describirlos, difícilmente puedan concebirse como un subgrupo realmente especial, en el sentido de que en él prevalezcan rasgos distintivos que lo haga diferente de los demás grupos que siguieron las otras trayectorias.

6.2.2.2 Del cierre de los negocios artesanales y sus condicionamientos

Cómo era previsible, considerando el rigor de las medidas implementadas a fin de amortiguar los efectos inciertos de una pandemia que irrumpía inesperadamente, el cierre de los negocios que siguieron la trayectoria pausada ocurrió durante la segunda fase. La decisión de los dueños de suspender de manera inmediata las actividades no esenciales fue definitiva, como veremos en un momento.

Cabe mencionar que en el caso del negocio del hombre adulto en la segunda fase de la COVID-19 solo cerro dos semanas y en la cuarta fase de la contingencia sanitaria cerro nueve meses, el motivo del último cierre fue por salud, información que se ampliará más adelante.

Es importante tener en cuenta, que ya desde la primera fase de la COVID-19 se comenzaron a sentir, de alguna manera, los contratiempos de la pandemia, aunque los cambios producidos entonces no hayan tenido todavía un carácter disruptivo. Los representantes de los

tres negocios coinciden en señalar que la actividad económica artesanal seguía desarrollándose “casi de la misma manera” en la que siempre se había desplegado: continuaron con la misma producción, con los mismos puntos de venta y con los mismos diseños.

Pero sí hubo algo distinto, y eso distinto fue lo ocurrido con respecto a las ventas. Aunque no haya sucedido de manera drástica, los tres entrevistados señalaron la existencia de una disminución en las ventas habituales. La combinación del miedo generalizado a contagiarse y la reducción de personas en la calle fue lo que provocó la caída en las ventas como el primer efecto visible de la contingencia sanitaria sobre la dinámica de la actividad económica de los negocios artesanales. Al hablar de su experiencia en esa coyuntura, así recuerda el dueño del negocio de calado en metales y madera la preocupación que entonces afloraba de la situación:

Yo no me daba muy bien cuenta de lo que pasaba, porque en estos como 43 años [...] de hacer artesanías, de estar yendo y viniendo a muchos lados, he visto y he vivido muchas experiencias difíciles. [...] Así que decía: “¡Aquí vamos otra vez a enfrentar lo que venga!”. Pues ya que nos queda. [...] De por sí sabía que, al igual que otras veces, iba a salir de esta. Cuando me comencé a preocupar fue cuando llegaba menos gente al puesto en Playas de Tijuana, y cuándo la gente, aunque anduviera ahí, no quería acercarse. Entonces yo dije: “¡Ah, pos achis! ¿Qué pasa?”. Se me hacía rete raro, porque a la gente le gusta mucho acercarse a ver cómo estamos trabajando los artesanos (N, entrevista, 2022).

La preocupación se transformó en alarma, precipitándose, cuando en los medios de comunicación se anunció la interrupción de clases presenciales, el cierre de los cruces fronterizos terrestres para turistas y la suspensión de actividades no esenciales. La razón de la alarma fue, y en esto los tres entrevistados coinciden, “porque todas las medidas que se estaban anunciando ya no fueron recomendación, ya no eran si queríamos o no, sino que era obligatorio. Y pues ahí sí ni cómo hacerle” (H, entrevista, 2022).

Al igual que lo ocurrido con los artesanos cuyos negocios siguieron una trayectoria extinta, los que siguieron una trayectoria pausada argumentan que ellos no tenían claro si eran o no esenciales. En palabras de la artesana de los macramés: “No sabía, no entendía” (G, entrevista, 2022). La razón manejada para explicar esta incertidumbre con relación al lugar dentro de la contingencia expresa más bien una insatisfacción más profunda con el sistema: no había certeza porque en las noticias no se escuchaba nada en específico sobre artesanos. Esta

sensación de abandono se remata con la frase de que, en realidad, no sabían si eran o no “esenciales en la economía o para la vida” (G, entrevista, 2022). Los tres sostienen que durante toda la pandemia ninguna autoridad les indicó nunca cuándo los negocios artesanales tenían que cerrar ni cuándo podrían regresar. El artesano de calado y la artesana de macramé dicen: “Eso lo supimos a la mala” (N, entrevista, 2022); “Cuando la policía nos correteaba o nos amenazaba” (G, entrevista, 2022). En general, se puede decir que las acciones que los artesanos fueron realizando resultaron realmente decisiones propias, aunque guiadas por el curso que tomaba la COVID-19 y los ordenamientos oficiales.

Los tres negocios que tomaron esta trayectoria, coinciden en que en ningún momento pensaron en la posibilidad de abandonar esta actividad económica; sin embargo, ante los primeros efectos de la COVID-19, en lugar de tomar precauciones que les permitiera enfrentar la situación que estaba por llegar, se preocuparon por hacer frente a cada día. En este sentido, el negocio de macramé menciona que, cuando las ventas comenzaron a bajar y se percataron que había menos personas en las calles, ella y su pareja, que también se dedica a la misma actividad, salían diariamente a los semáforos y menciona: “nosotros analizábamos la circulación, si mirábamos que pasaban pocos carros o personas por ahí, cambiábamos de lugar y así cada día le buscábamos”. (G, entrevista, 2022).

En el caso del dueño del negocio de calado menciona que no le fue posible prever el cierre debido a que minimizaba la situación. Con relación a lo anterior menciona: “pos la verdad, yo no creía lo de las noticias. [...] hasta ahora sigo sin creer. Yo pensaba que, como dicen era una cortina de humo para los políticos hacer sus cosas” (N, entrevista, 2022). Por su parte, la dueña del negocio de urdimbre indica que no se imaginó que vendrían tiempos complejos, que lo más que pudo imaginar fue que las ventas bajarían, por ello no se preparó para enfrentar el ordenamiento de cierre de negocios. Sus palabras al respecto son: “yo pensaba en que otras cosas podía vender y analizaba los lugares para saber dónde podía vender más, pero no pensaba que se cerraría todo” (H, entrevista, 2022).

Los testimonios develan que, ninguno de los negocios de esta trayectoria previó la situación que se aproximaba. Para estos negocios la paralización de la mayor parte de las actividades económicas y la movilidad social, fue sorpresiva.

Así pues, la puesta en marcha de las medidas para disminuir los contagios de la COVID-19 fue el momento disruptivo. Tal vez de los artesanos en particular no se hablaba, pero todo el universo a su alrededor se derrumbaba: el ordenamiento de “Quédate en casa”, el cierre de las playas, el cierre de la frontera, la suspensión de actividades no esenciales, la limitación de la movilidad, la cancelación del turismo, y la cancelación de eventos masivos de arte y cultura, fueron sorprendidos, pues como amargamente recuerda la artesana de macramé *“Fue como una cubeta de agua fría”* (G, entrevista, 2022).

Quizá tres elementos importantes que explican por qué se produjo en ese momento el cierre de los negocios artesanales, es que, en primer lugar, al no vislumbrar la situación, no se prepararon para hacer frente al ordenamiento de cerrar las actividades no esenciales y la disminución de la movilidad. En segundo lugar, no tenían un espacio fijo y seguro para comercializar. En tercer lugar, ninguno de estos negocios contaba con local para comercializar sus producciones. Solo el negocio de calado contaba con taller en la vivienda de su dueño; sin embargo, para sus clientes su domicilio no era un referente. En el caso de los negocios de las mujeres en Tijuana ninguna tiene taller establecido para la producción, por lo que las artesanías la elaboran en distintos espacios de su hogar.

Aunado a los elementos enunciados en el párrafo precedente, se debe considerar que sus puntos de venta principales eran, de manera más o menos regular, el malecón de Playas de Tijuana y los cruces de semáforos; y de manera más circunstancial, exposiciones, ferias, festivales, y otras actividades de arte, cultura, artesanía y emprendimiento. Todos esos espacios fueron repentinamente, en el mejor de los casos, restringidos, y en el peor, completamente clausurados.

La transgresión de las medidas establecidas para mitigar los contagios de la COVID-19, en algunos casos, era perseguida, lo que provocaba temor entre los artesanos. Sin duda para los tres negocios, había temor frente al contagio y al futuro incierto. En la interrupción de la actividad de los tres artesanos, se conjugaron obstáculos externos y autolimitaciones propias. De acuerdo con la artesana del macramé:

Casi tres semanas me quedé en casa. Tenía mucho miedo, porque no sabía cómo iba a ser mi vida sin poder salir a la calle. Porque mi trabajo es en la calle. Me achicopelé

porque cerraron la playa, y mi principal ingreso era en Playas de Tijuana. Pensaba: “¿Y si me aviento a salir a la calle? ¿Y si la gente no sale o no se quieren acercar a mis cosas o verlas por miedo a que yo esté contagiada?”. Decía: “Como la playa está cerrada y la Revolución está cerrada, ¿qué pasaría si me iba al semáforo? Porque también de ahí me han corrido los policías” (G, entrevista, 2022).

En el caso del negocio del hombre adulto, reconoce como ventajas el respaldo de México artesano, que su negocio ya había transitado otras crisis, que tenía un espacio formal en playas de Tijuana y su negocio era medianamente conocido, pues recordemos que tiene 43 años operando. En el mismo sentido, el artesano de Rosarito apunta:

Yo no creo en la pandemia, no creo que sea tan grave como dicen. Se muere más gente de otras enfermedades y de la maña, ¡Ah, pero de eso, el gobierno no se asusta! [...] Pero lo que sí es cierto es que ya no nos dejaron trabajar. Y sin otro remedio me quedé en la casa como dos semanas sin vender. (N, entrevista, 2022).

Ahora bien, ¿qué significó para estos negocios este paro “forzado”? Un elemento importante que se debe destacar es que, para la triada de negocios artesanales con una trayectoria catalogada en este estudio como “pausada” el cierre no abarcó la totalidad de sus actividades artesanales. La interrupción se produjo esencialmente en el terreno de la promoción y la comercialización de sus artesanías, no así en cuanto al diseño y la producción de las mismas. Por ejemplo, el artesano en calado de metales y madera de Rosarito recuerda que, aunque tuvo que quedarse en casa, no estaba triste por la situación, pero sí preocupado por “la dichosa pandemia” y “más bien [se mantenía] pensando cómo seguir. Mientras, yo seguía haciendo mis artesanías en la casa, aunque no las vendiera” (N, entrevista, 2022). Por su parte, la artesana de urdimbre expone que “por alrededor de siete meses deje de vender artesanía, pero continuaba [...] produciendo algo de arte y artesanía” (H, entrevista, 2022).

6.2.2.3 Intervalo entre el cierre y la reapertura: ¿cuánto duró la “pausa” y a qué se dedicaban los artesanos durante ese período?

Se debe recordar que los tres artesanos que experimentaron una trayectoria pausada combinaban el negocio de artesanías con otra actividad: activismo, herbolaria y malabarismo circense. Sin embargo, el problema para ellos radica en que, por una parte, el activismo, como tal, no constituye una actividad económica, de la cual se obtengan recursos que permita la reproducción de las personas. Por otra parte, la herbolaria y el malabarismo, que sí representaban actividades

económicas, tampoco eran actividades consideradas esenciales y, por tanto, compartieron la misma suerte que la artesanal.

¿De qué vivían entonces? Algunos, a través de sus familiares cercanos, encontraron una ocupación emergente en el terreno de las actividades esenciales. Es el caso de la artesana del macramé, quien menciona: “Mi pareja, que también se dedica a lo mismo, por hobby se salía a la calle en su bicicleta. Amigos le dijeron que, porque no se metía de Uber Eats, para aprovechar el tiempo, y lo hizo” (G, entrevista, 2022).

Otros iban tirando con sus propios ahorros, o el sustento les llegaba a través de instituciones de gobierno o de la sociedad civil.

Del dinero no me preocupaba tanto, [...] porque tenía mi alzado. Sabía que podía vivir un tiempo con eso. A la colonia el ejército llevó despensas. También una amiga, que es artesana y tiene una asociación civil, me llevaba despensa. Así que, por eso, al principio no la miraba tan difícil (N, entrevista, 2022).

Afortunadamente, mucha gente me apoyó. Mucha gente se solidarizó. [...] con gente que veían trabajando en la calle. Y a mí me tocó mucha gente que me regaló despensa: de cristianos, de asociaciones civiles o gente que no tienen nada que ver con el gobierno, qué salen a las calles a apoyar. En ese tiempo salió mucha gente que por su cuenta llevaban muchas despensas y a quiénes nos miraban trabajando en la calle a todos nos daban despensa (G, entrevista, 2022).

Lo que no encontraron fue algún apoyo conveniente del gobierno para el sector artesanal o en su defecto, para los pequeños negocios afectados profundamente por la pandemia. Una de las entrevistadas de este grupo comentó que viendo

cómo estaba la situación, una amiga que también se dedica a lo mismo, me dijo: “Vamos a buscar si hay alguna convocatoria o apoyo para nosotras”. [...] Encontramos una en Tijuana, pero no era apoyo, era para endeudarte, porque el gobierno te hacía un préstamo. [...] Era dirigido para vendedores ambulantes y artistas de calle. Lo mínimo que prestaban era como 5,000 pesos. Pero como a mí no me gusta endeudarme de esa manera, pensé: “No sé cuánto va a durar esto, no sé qué va a pasar y cuándo lo voy a poder pagar”. Por eso no agarre el préstamo. (G, entrevista, 2022).

En este sentido, se adelanta que, a todos los informantes para este estudio se les preguntó que, si durante la pandemia recibieron algún apoyo gubernamental específico para artesanos, la respuesta de todos los entrevistados fue negativa. En el caso particular de las trayectorias

extintas la mayoría de los comentarios fueron en torno a que, ojalá hubiese existido un apoyo para ellos, que quizás con apoyo habrían podido sobrevivir. En el caso de las trayectorias pausadas los comentarios de mayor incidencia fueron con respecto a que si hubiesen tenido apoyo de verdad no la hubieran pasado tan mal.

En el caso de los veinticuatro negocios, sus comentarios estuvieron relacionados con la necesidad del reconocimiento de su existencia en la región, valorar su aporte económico y cultural, que las dependencias encargadas al apoyo de artesanos y el fomento a las artesanías realmente realicen el trabajo que les corresponde. Además, 19 de los 24 entrevistados mencionaron que una ayuda importante hubiera sido, apoyo en la capacitación para el uso de herramientas digitales, desarrollo de capacidades administrativas y adquisición de equipo que les facilite la mercadotecnia y la producción; la mitad de los negocios mencionaron la necesidad de apoyo para adquirir materia prima. El 100% de los negocios mencionaron que los préstamos con cobro de intereses no lo consideran apoyo, que un apoyo real es tener espacios para venta y que no los criminalicen, en este sentido una artesana de ensenada que elabora cestería expresa:

Uno ya no puede esperar mucho del gobierno, pero si se vale soñar, los dos apoyos más grandes que un artesano puede tener es que nos proporcionen espacios para la venta, pero que sean sin cobrar o que si nos van a cobrar que no sea cómo acostumbran, que quieren más de cinco mil y uno de donde, pues, pero espacios bien, donde llega el turismo, no por ahí nomas en un parque rascuache y peligroso donde ni la gente de la colonia queré pararse porai y la otra es que no nos multen, encarcelen o amenacen por trabajar, pos yo no sé qué tanto daño le hace al gobierno nuestro trabajo. (P, comunicación personal, 2021).

Continuando con el análisis de los negocios de esta trayectoria, el artesano de Rosarito, por su parte, lamentó que

Aunque nos hemos acercado a pedir apoyo, lo único que hemos ganado es que nos manden al cuerno. [...] Tú bien sabes que nosotros solo tenemos de dos sopas: o nos quedamos en la casa a mordernos las uñas de hambre y preocupación, y a ver las tragedias que pasan en la televisión, para asustarnos más, o le salimos al toro. Nos apoyamos y nos damos ánimo entre nosotros, [...] y seguimos con nuestro negocio, porque, tú ya sabes, yo y otros nacimos para esto y no lo vamos a dejar. (N, entrevista, 2022).

En este estudio se considera que queda como una tarea pendiente analizar a profundidad el impacto de las políticas públicas nacionales, estatales y locales en el ramo artesanal. Ello con

la finalidad de delinear acciones estratégicas que permitan el reconocimiento de este sector, se valore en su justa dimensión y se contribuya al rescate y fortalecimiento de las técnicas y oficios artesanales.

6.2.2.4. De la reapertura de los negocios artesanales y sus condicionamientos

¿En qué momento (fase) resurgen, como tales, estos negocios artesanales? ¿La reapertura ocurre al mismo tiempo en los tres casos, o sucede de manera escalonada?

La recuperación no ocurrió simultáneamente ni de golpe. Dos negocios comenzaron a retomar la venta de artesanías en la misma fase que cerraron, es decir en la segunda fase. En el caso del negocio de macramé dejó de vender casi tres semanas y en el caso del negocio de calado dos semanas. La recuperación del tercer negocio, que era el que realizaba urdimbre, comenzó después, específicamente durante la fase cuatro, que es cuando concluye la Jornada Nacional de Sana Distancia y se inicia la llamada “Nueva Normalidad”.

Llama la atención el orden de reapertura de estos negocios, pues se puede suponer que la artesana de urdimbre, por su condición de binacionalidad, tenía mayores posibilidades de una recuperación más rápida en comparación con los otros dos artesanos. Lo anterior, porque en Estados Unidos hubo más apoyo institucional a los negocios, las medidas no tuvieron igual rigor y el cierre fronterizo no la afectaba, ya que los ciudadanos norteamericanos quedaban excluidos de dicha disposición.

¿Qué determinó que estos tres negocios, a diferencia de los extintos, volvieran a retomar el antiguo cauce? Varios elementos mencionados por los entrevistados se pueden mencionar. En primer término, el fuerte deseo de continuar, que estuvo siempre presente a pesar de la incertidumbre y las dificultades. En segundo término, la existencia de una amplia red de apoyo y la fidelización de clientes, ambas construidas a través del tiempo. En tercer término, el hallazgo de la comunicación con fines económicos de la telefonía y el recurso electrónico de las redes sociales.

Es importante subrayar que ninguno de los artesanos de estos negocios pausados se resignó a desaparecer, ya que siempre tuvieron la fuerte convicción de permanecer en el giro y

de buscar la manera de continuar con la producción y comercialización de artesanías. Por ejemplo, para el artesano de calado en metales y madera, el cierre del negocio nunca constituyó una alternativa real, consciente de que “enfermo y viejo ya nadie me va a contratar” (N, entrevista, 2022).

¿Quedarme en mi casa? No, pos no. [...] Pa mí no es una opción. Yo toda mi vida he salido a trabajar. [...] Y, pues, la verdad, la verdad, [...] yo prefiero morirme del gusano ese, que de hambre. A las autoridades se les hace fácil decir: “Quédate en casa”. [...] Claro, porque ellos tienen todo, no les falta comida y, además, tienen sus grandes cuentas en los bancos. Pero a uno que vive al día... (N, entrevista, 2022).

Si algo pudo canalizar con efectividad esas convicciones de resistencia artesanal fueron las redes sociales, de manera especial Facebook. Una vez descubierta las posibilidades que le ofrecía esta red social, la artesana que produce macramé comenzó a utilizarla de manera múltiple, no sólo como plataforma de venta, sino también como medio de trueque.

En la segunda semana se me ocurrió que, como de por sí producía en casa, podía ofrecer por Facebook, y luego entregarla en los momentos que salía a malabarear. Vendía poco por Facebook, pero hice muchos trueques por comida o por artículos de limpieza de higiene y para el hogar. Así fue como seguí con la artesanía (G, entrevista, 2022).

En este caso Facebook no fue utilizado como un espacio de difusión general. Por el contrario, relata que las personas contactadas por ese medio eran, en su mayoría, individuos que desde antes conocía personalmente. Algunos eran amistades, otras solo conocidos y también estaban clientes históricos.

El artesano que elabora calado de metal y madera, por su parte, relata que en la primera semana que se quedó en casa se le ocurrió que el tiempo que usualmente usaba para salir a vender ahora lo usaría en llamar a familiares, conocidos y algunos clientes con la esperanza de, como él mismo dice, encontrar “*norte*”. Con esto último se refiere a ideas de qué y cómo continuar con el negocio de artesanías. Y así lo hizo. A continuación, se presenta la reseña relacionada con esta cuestión que este artesano proporcionó durante la entrevista semi-estructurada.

Para no hacer el cuento largo: cuándo comencé a hacer las llamadas, comenzaron a hacerme pedidos, muchos pedidos. Hasta me sorprendí, porque yo no sabía que en todos estos años había clientes que me seguían la pista. Que, además, me recomendaban.

También mis compañeros artesanos siempre me han recomendado. Yo no le meto nada al Facebook que mi hijo me hizo, [...] pero luego mis compañeros artesanos me toman video y lo suben al Facebook. Por ejemplo, una compañera y un compañero de México Artesano me dijeron, en distinto momento: “Voy a subir al internet cómo trabajas y las piezas que haces. Yo te voy a estar recomendando para que te hagan pedidos”. Hasta una compañera artesana se solidarizó y me hizo varios pedidos grandes del nombre de su asociación civil. Yo creo que también sirvió que antes de la pandemia algunos clientes me decían que les diera permiso de tomarme video, y luego me lo mostraban, ya terminado. Me sorprendía y ni lo creía. [...] Se miraba bien clarito cómo trabajaba, y bien chulas las piezas terminadas. Hasta decía: “Yo creo que me gusta más verme trabajando que estar trabajando” (N, entrevista, 2022).

Ilustración 6.4. Artesanía en la técnica de calado en madera.



Fuente: Archivo fotográfico de México Artesano (2022)

La dueña del negocio de urdimbre menciona, “no me urgía regresar, pues tenía ingreso del grupo de activismo que administro, no tengo hijos, no pagaba renta, tenía el apoyo de mi mamá y como no se podía salir mucho tampoco había mucho en que gastar”. Ella retomó su actividad artesanal asistiendo a pequeños eventos en Tijuana y ofreciendo sus creaciones por medio de Instagram. A pesar de que su cuenta en esta red social la creó exclusivamente para lanzar al mercado el arte y la artesanía que elaboraba, seguía promoviéndose en publicaciones generadas a través de su Facebook personal. Se tiene que recordar que esta artesana es la que tiene doble nacionalidad y se mueve entre San Diego y Tijuana. Esto se debe mencionar porque

durante el trabajo de campo, por referencia del mismo gremio artesanal, se reveló que, en los Estados Unidos para la promoción de los emprendimientos se privilegia Instagram, mientras que en México para esas funciones las redes preferidas son Facebook y WhatsApp.

Recordando que en la cuarta fase de la COVID-19, el negocio de calado cerró su actividad económica de julio de 2021 a abril de 2022, por afectaciones a la salud de su dueño. En línea con ello, éste narra:

pues quien sabe que me pasó, no sé si me agarró el gusano aquel o de viejo, no he ido al matasanos, por eso no sé, pero mi cuerpo nomas ya no y no quiso responderme. Tengo un frio que no se me quita con nada y mis manos entumidas, entumidas, [...] por más y más que le lucho este, estas carajas no aguantan ni la taza. Aquí yo me estoy curando con las plantas que conozco. Pero ahora veraste nomas que llegue un poco más el calorcito, me voy a aliviar. (N, entrevista, 2022).

Durante la observación no participante se constató que este negocio retomó nuevamente su actividad artesanal. De lunes a viernes elabora y vende su artesanía en playas de Tijuana, espacio que, el dueño de este negocio en conjunto con otros negocios artesanales tuvo por años previo a la COVID-19. Los fines de semana vende su artesanía en el centro de Tecate, junto con otros artesanos de la región y eventualmente participa en expos, primordialmente en Ensenada. El dueño de este negocio menciona que regresar ha resultado relativamente fácil, así es como lo explica: “como ya muchos conocen a este viejillo correoso, nomás les llamo a los compas y me dicen tú, nomás caile, aquí te hacemos un lugar”. (N, comunicación personal, 2022).

6.2.2.5 Los negocios artesanales pausados en la “postpandemia”

Cabe preguntarse si el haber cerrado el negocio artesanal, ya sea por imposición de las circunstancias o por decisión propia, y luego volver a retomar la misma actividad artesanal que previamente se había abandonado, modificó el quehacer cotidiano de estos negocios. Lo que se pretende aquí es explorar si el impacto directo e inmediato de la pandemia dejó alguna huella de más largo aliento.

Al hacer el recuento de los cambios que sufrieron sus negocios durante la pandemia de COVID-19, los tres artesanos destacan que, en general, lo ocurrido fue una experiencia que, lejos de debilitarlos, al final terminó por convertirse en una fuente de aprendizajes que los dejó

más fortalecidos, no sólo en lo que corresponde a los negocios, sino también en lo personal. Argumentan que la pandemia los llevó a reflexionar profundamente sobre cómo venían desarrollando sus negocios y a partir de ello se propusieron realizar su actividad con mayor conciencia, analizando todos los ejes de su quehacer: seguridad, diseño de productos, producción, promoción y venta de artesanías.

En cuanto a su seguridad e higiene, aprendieron a interactuar con los clientes utilizando medidas apropiadas para prevenir posibles contagios: uso de cubrebocas; lavado profundo de manos con agua y jabón o, en su defecto, uso de gel antimaterial; donde se requiriera, uso de guantes; distanciamiento social; y saludo de corazón, codo o puño.

Respecto al diseño, este grupo de artesanos respaldan la importancia de crear artesanía haciendo una combinación entre lo que a ellos les *“nace y disfrutan”* y lo que los clientes buscan. Todo ello tomando en cuenta tanto el diseño, como la calidad y el costo. Estos negocios tienen producción disponible para la venta al público en general y, adicionalmente, tienen como opción la producción por encargo especial, en la que el cliente puede proporcionar las especificaciones concretas, generalmente con relación al diseño y materia prima. En esta lógica, la artesana de macramé menciona lo siguiente:

Antes utilizaba una mejor calidad de hilo, el brasileño. Por la economía, bajé la calidad y compré hilo mexicano. [...] No me gusta mucho, porque es más encerado, pero lo tuve que hacer porque dije: “Tengo que ver más por mi bolsillo y por el bolsillo de la gente”. Al usar mayor calidad, tenía que venderlo más caro para que me conviniera. Pero nunca tuve un comentario con respecto al hilo mexicano. Solo que a mí me gustaba usar el de mayor calidad para que el producto se viera más fino. ¡Siento que se ve más bonito con el hilo brasileño!

En diseño comencé a hacer aretes más sencillos, para que se me vendiera más rápido, para darlos baratos, y yo producir más rápido, con menos nudos. Me gusta buscar en internet lo que está en tendencia, porque la gente ve eso y quiere eso [...] Algunos diseños los vi en tutoriales y fotografías, analicé cómo están hechos, luego hice piezas parecidas, poniéndole algo propio de mi inspiración. (G, entrevista, 2022).

En relación con la producción mencionan que mantienen la calidad, porque eso es algo que el cliente identifica. Si está bien hecho, es más fácil que paguen por ello. La práctica ha conducido a los artesanos a ampliar sus destrezas y, por tanto, a incrementar la calidad y la productividad de la artesanía creada.

En otro punto, en la promoción y venta de artesanías, durante el trabajo en campo se hizo evidente la importancia que los artesanos comenzaron a otorgarle al espacio virtual. Si bien no renunciaban a la venta física, por el beneficio que trae el contacto directo con los clientes, los tres artesanos coincidieron en que, durante la pandemia fue crucial el uso de las herramientas digitales para recuperar y mantener a los clientes, así como alcanzar nuevos públicos potenciales. La ventana de oportunidades que en esos momentos críticos les ofrecieron las plataformas de redes sociales no fueron desechadas una vez que se fueron normalizando las condiciones.

Las dos mujeres artesanas entrevistadas, que fueron las que hicieron un uso más intensivo de Facebook e Instagram para promoción de sus artesanías, han convertido a estas plataformas en una suerte de tienda virtual. Ambas mencionan que estas redes sociales ya las utilizaban antes de la pandemia, pero de una forma personal, sin intención de negocio. Además, indican que a partir de la fase 2 de la pandemia de COVID-19 han puesto más énfasis en publicaciones intencionadas de promoción y venta. Asimismo, mencionan que han dedicado tiempo para tomar fotografías de mayor calidad y en distintos ángulos, y han investigado más sobre las opciones y funciones que estas plataformas les brindan para estos propósitos. Por ejemplo, ahora publican no sólo fotos, sino también historias completas de sus productos, y han investigado los mejores horarios para crear sus publicaciones.

Por último, también la experiencia de la pandemia los llevó a rediseñar sus espacios físicos de venta; adquirieron exhibidores, artículos decorativos, espejos, etc. Al respecto, la artesana de macramé narra que antes de la pandemia ella vendía en la modalidad conocida como “tendida o parche”, modalidad que consiste en colocar un trozo de tela en el piso y sobre ella colocar las artesanías de manera “plana o flat”. Ella cuenta que, una vez recuperada la actividad de su negocio artesanal, decidió salir nuevamente a vender, no sin antes realizar algunas modificaciones:

Un puesto mejor acomodado —por ejemplo, tener un alhajero, tener una mesa—, a la gente le llama más la atención y le da un poco más de valor a las piezas, que ver las cosas tendidas en el piso. Aunque antes lo quería hacer, no compraba cosas, porque pensaba que me iba a ir de Tijuana [...] Acostumbro viajar con pocas cosas e iba a ser más difícil llevar más cosas, aparte de llevarme a mi perro, las mochilas, el material, las piedras y los malabares. Cuando tuve mi mesa, más personas se acercaban a ver. No a todas las

personas les gusta estarse agachando. Hay personas muy racistas que cuando te ven sentada en el piso hasta te hacen cara de fuchi. [...] Pero cuando ya te ven en un mejor lugar, y con mesa, y no se tienen que agachar, es más cómodo para ellos y entonces se acercan más. Antes, a los clientes les explicaba los minerales y los tejidos que hago. Ahora igual les explico, pero ya no tomo las piezas, solo se las señalo, para no invadir su espacio, porque mucha gente ya no quería que nos acerquemos ni tantito, yo creo que como nos ven trabajando en la calle piensan que tenemos el COVID. (G, entrevista, 2022).

Ilustración 6.5. Artesanías en macramé.



Fuente: (G, Facebook, 2022)

En resumen, con lo examinado antes, es más fácil entender las palabras de la artesana de urdimbre quien reflexiona:

Creo que esto que voy a decir se escucha fuerte. De verdad creo que es un privilegio haber transitado por todo esto. Creo que la pandemia ha sido valiosa, [...] porque los artesanos nos valoramos más. Ahora conocemos más de lo que somos capaces. Creo que

también la gente que compra en línea valora la pieza. Si es presencial, significa una oportunidad de salir y poder asistir a un evento, [...] También creo que se valora más el trabajo de las personas que lo hacemos. (H, entrevista, 2022).

Ilustración 6.6. Artesanías wixárikas (Ojos de dios).



Fuente: Fotografía tomadas durante la observación no participante (2022).

6.2.3. Los negocios artesanales en la trayectoria híbrida

Previo a avanzar con el análisis se considera pertinente recordar, que en esta trayectoria las unidades económicas artesanales no pausaron sus actividades durante la COVID-19 y estos negocios hasta el momento continúan operando. Su característica es que, la forma que encontraron para no cerrar fue desarrollar simultáneamente otra actividad económica distinta a la artesanal. Por lo tanto, una de sus peculiaridades es que, a pesar del ordenamiento de cerrar temporalmente los negocios no esenciales, los dueños de los negocios artesanales que siguieron la trayectoria híbrida lograron continuar sin pausa alguna. Su otra peculiaridad es que evitaron el cierre gracias a que sumaron otra u otras actividades económicas no artesanales. Esto último, la diferencia de la trayectoria resiliente, pues tampoco cerró, pero no sumó ninguna nueva actividad económica que no se tratara del rubro artesanal.

El momento trascendental de esta trayectoria es la incorporación permanente o temporal de una o más actividades económicas, que sin duda contribuyeron a que el negocio artesanal permanezca hasta el momento en el mercado. Por consiguiente surgen una serie de interrogantes, por ejemplo estos negocios, ¿Qué nueva actividad económica sumaron?, ¿La nueva actividad

económica la desarrollaban paralelamente a la artesanal o la incorporaron al negocio?, ¿la nueva actividad económica, como contribuyó a que el negocio artesanal no cerrará? y si ¿la nueva actividad económica continúa operando o fue cerrada?, ¿en el caso que siga operando, cómo contribuye a la permanencia del negocio artesanal? y ¿en el caso de que haya sido cerrada en qué momento y cuál fue la razón de prescindir de esa nueva actividad económica?

Se considera pertinente analizar el momento exacto en el que iniciaron la nueva actividad económica, la razones que tuvieron para sumar un nuevo negocio. Posiblemente los momentos y las causas para tomar decisiones importantes sean las mismas o similares a las de otras trayectorias, la singularidad particular considerada son las circunstancias precisas que contribuyeron para transitar la pandemia, aún con un escenario de incertidumbre y el ordenamiento temporal de suspensión de las actividades económicas no esenciales.

El estudio de la trayectoria híbrida se presenta bajo tres consideraciones identificadas como importantes: la primera es el perfil de los negocios híbridos, la segunda el momento de la incorporación de la nueva actividad económica, sus áreas de oportunidad y su duración, y la tercera, los componentes que aportan a la comprensión del momento en que se suma la nueva actividad económica.

6.2.3.1 Perfil de los negocios híbridos

Ahora bien, es el turno de conocer los negocios artesanales que siguieron la trayectoria híbrida. El grupo que tomó esta trayectoria incluye a seis unidades económicas artesanales; aunque es un grupo pequeño, se intentará construir un perfil.

En primera instancia se identifica que, el sexo de los seis propietarios de esta trayectoria corresponde a tres hombres y tres mujeres, este dato nos deja ver que en esta trayectoria se encuentra el 42% de los negocios liderados por hombres y el 17.6% de los negocios liderados por mujeres. En conjunto esta trayectoria está conformada por el 25% de los negocios analizados en este estudio. Tres de los negocios están ubicados en Tijuana, dos en Rosarito y uno en Ensenada. La dueña de este último negocio es la única originaria de la zona de estudio y pertenece a la etnia Kumiai de la reserva de San José de la Zorra, Ensenada.

En segunda instancia es importante hacer notar que todos los negocios pertenecientes a la trayectoria híbrida producen joyería, solo el negocio de Ensenada adicional a la elaboración de la joyería produce cestería. Además, la joven artesana de la etnia Kumiai, es la única que no conoce al resto de los negocios que siguieron esta trayectoria, pues el resto de los negocios, se conocen entre sí.

La edad de los y las dueñas de estos negocios es heterogénea. Con respecto a la edad de los hombres, dos son adultos jóvenes de 37 y 39 años, y uno es un adulto maduro de 54 años. Por otro lado, en las dueñas mujeres se encuentra una joven de 22 años, una adulta joven de 40 años y una adulta madura de 48 años. Se debe mencionar que la clasificación de edades considerada es señalada por el Consejo Nacional de Población, CONAPO, (2000).

Un aspecto interesante que se debe de señalar de esta trayectoria es que tres de los negocios pertenecen formalmente a la asociación civil México artesano. Un negocio adicional no se encuentra en la lista de socios de esta asociación civil, pero recibe el mismo trato, apoyo y consideraciones que los que son socios formales; otro de los negocios, concretamente el que se desarrolla en pareja y que viven Tijuana, pertenece a un grupo organizado con características combinadas étnicas y de emprendimiento; el negocio de Ensenada pertenece a otro grupo organizado de la comunidad originaria kumiai en San José de la zorra.

A continuación, se ofrece la caracterización de cada uno de los negocios artesanales híbridos, así como de sus propietarios. Con lo anterior se pretende identificar los puntos concretos que en su momento ayudaron a analizar la senda que siguieron.

Una puntualización es que el primer y segundo negocio de esta trayectoria ubicados en Tijuana, son operados por un hombre de 39 años y una mujer de 48 años, viven en pareja, pero con respecto a su negocio artesanal afirman que hay claridad en cuanto a ser negocios totalmente independientes. Además, aclaran que, aunque ambos utilizan la técnica de alambriero, la mujer elabora joyería para dama y el hombre joyería para caballero.

Estos dos negocios de alambriero, en el momento previo a la pandemia, participaban ocasionalmente en eventos masivos de arte, cultura y artesanía en Ensenada, Tijuana y Rosarito. La artesana que produce joyería de alambriero para dama declara “Soy chef de profesión y

artesana de convicción”. (A, entrevista, 2022). por su parte el artesano que produce joyería también de alambriero para caballero, antes de la pandemia realizó trabajos inherentes a su profesión de arquitecto.

A inicios del año 2020, sin saber que pronto estarían enfrentando la COVID-19, la pareja de artesanos planeó rentar un local en conjunto, con la finalidad de comercializar cada uno sus artesanías, por lo que en febrero ya tenían un local en la zona este de Tijuana. Relatan que al escuchar en los medios de comunicación sobre la jornada nacional de sana distancia intentaron continuar con sus planes, pero estos fueron interrumpidos en el momento que se ordenó el cierre de las actividades económicas no esenciales. El artesano que elabora joyería para caballero menciona que en esos momentos tenían claro que querían continuar con la actividad artesanal, pero no sabían cómo podían enfrentar el gran reto de permanecer, cuando se estaba ordenando el cierre de negocios, al respecto narra la postura que tuvo en ese momento.

¡Pues ya! las cosas son así, pero ahora la gran pregunta que nos hacíamos era ¿Cómo le vamos a hacer si no hay turismo? [...] para que amarre, ¿qué vamos a hacer si las personas no pueden salir y nosotros tampoco podemos movernos? Antes la solución habría sido ir a otro estado o irnos a nuestro lugar de origen, [...] pero ahora eso no era una opción, porque decían que la pandemia significa que está en todo el mundo. (B, entrevista, 2022).

El tercer negocio de Tijuana es desarrollado en pareja, sin embargo, el artesano hombre quien dijo ser el representante del negocio, es quien participó en la entrevista semi estructurada, ambos elaboran joyería artesanal en la técnica de alambriero. Este artesano menciona que en el momento previo a la COVID-19 el 50 % de sus ingresos son generados por la comercialización de artesanías y el otro 50 por ciento corresponde a la elaboración de bisutería y manualidades. Cabe mencionar que el artesano representante del negocio, años atrás elaboraba artesanía en la técnica de talabartería, pero con el tiempo se dio cuenta que el alambriero se realiza en menor tiempo y en Tijuana esta técnica es muy demandada tanto por las personas que radican en la región como por el turismo nacional e internacional, por lo que abandonó dicha actividad.

Se puntualiza que la pareja que utiliza la técnica de alambriero en Tijuana, en el momento previo a la pandemia, además de asistir a eventos masivos, tenían un punto de venta permanente de lunes a viernes en los jardines del palacio municipal de Tijuana, por tanto, los

clientes para este negocio artesanal son las personas que laboran en este recinto o acuden a realizar trámites gubernamentales.

Con respecto al artesano de Rosarito que trabaja con la técnica de orfebrería, indica que, en el momento previo a la pandemia, el 80 por ciento de sus ingresos provenían de la actividad artesanal y el 20 por ciento de la venta de antigüedades de varias culturas. Antes de la pandemia este negocio acostumbraba a vender en eventos masivos de Baja California, por temporadas viajaba a Baja California sur y eventualmente vendía en San Diego y Los Ángeles.

Para alcanzar mayor comprensión de la trayectoria de este negocio de orfebrería, es preciso mencionar que el dueño de esta unidad económica reproduce la cosmovisión de diversas culturas, su especialidad es la elaboración de grecas, a la que incorpora gemas, minerales y fósiles, después a sus piezas les hace el proceso conocido como pavonado, con la finalidad de darles un aspecto *vintage* y que las piezas tengan una mejor conservación.

Durante la observación no participante se constató que este es el único negocio que pavona sus piezas. Otro dato es que, preocupado por los costos excesivos de los eventos organizados por promotores o empresarios culturales, se dio a la tarea de organizar eventos en la región de estudio con precios accesibles para artesanas/os. Bajo la misma lógica de apoyo y beneficios a artesanos propuso formar la Asociación Civil, México Artesano, la cual fue constituida en el año 2017 sumando a 22 negocios artesanales de Tijuana, Rosarito y Ensenada. La dueña del negocio de joyería en la técnica de orfebrería y macramé de Rosarito, en el momento previo a la pandemia del ingreso económico que percibía el 40 por ciento lo obtenía vendiendo artesanía en eventos de arte, cultura, artesanía y activismo, en California, Baja California y ocasionalmente en otros estados de México. El 60 por ciento del ingreso económico provenía de la administración de una asociación civil.

La dueña de este negocio es oriunda de una comunidad náhuatl del centro del país. Ella explica que en Baja California aprendió el macramé, la orfebrería y la urdimbre. En su lugar de origen inició a elaborar artesanía en la técnica de bordado y crochet, recuerda: “a los ocho años bordaba, pero no vendía, porque en mi comunidad lo que se produce, únicamente es para uso

personal y comunitario. Pasaron quince años para decidir vender. Ahora ya tengo dieciséis años con mi emprendimiento” (L, entrevista, 2022).

La mujer artesana, que emplea la técnica de cestería, pertenece a la etnia Kumiai, específicamente de la reserva denominada San José de la Zorra en Ensenada, es la única artesana nacida en la región de estudio, ella narra: “desde los siete años comencé a hacer la artesanía [...] mi mamá me enseñó y desde entonces comencé a vender porque mi familia se dedica a lo mismo, ya tengo quince años con mi emprendimiento” (R, entrevista, 2022).

La dueña del negocio que utiliza la técnica de cestería, ubicado en San José de la Zorra, Ensenada, menciona que en el momento previo la pandemia, además de comercializar la artesanía, realizaba trabajos temporales principalmente en las vinícolas de El Valle de Guadalupe, Ensenada. En aquel momento, de la percepción económica el 70 por ciento provenía de su negocio artesanal y el 30 por ciento de los trabajos temporales.

6.2.3.2 La incorporación de nuevas actividades económicas y sus áreas de oportunidad

A decir de los propios informantes, los negocios de esta trayectoria vivieron la primera fase de la COVID-19 con incertidumbre, preocupación, miedo, ansiedad, entre otras emociones y sentimientos. Al mismo tiempo refieren haber tenido la claridad y el fuerte deseo de continuar con la actividad económica artesanal.

Sí recordamos, durante la fase dos de la pandemia COVID-19 las actividades económicas no esenciales debieron cerrar, por consiguiente al no aparecer los negocios artesanales en la clasificación de las actividades esenciales publicadas por acuerdo Gubernamental en el DOF; y que se facultaba a la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, (STPS), así como la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS) para realizar inspecciones verificando que únicamente se encontraran operando las empresas con actividades esenciales.

Lógicamente se desprende la interrogante, entonces, ¿cómo hicieron estos negocios artesanales para continuar operando? sobre todo en el momento en que el ordenamiento de cerrar las unidades económicas no esenciales fue inapelable. A partir de la información presentada hasta este momento, es natural pensar qué la etapa del diseño y producción tienen menor

complicación y se desarrolla en las viviendas; también se sabe que la etapa de promoción y venta depende casi en su totalidad de tener locales abiertos a personas en general y eventos en lugares públicos; además de que estos negocios tienen una alta dependencia del turismo proveniente de California. Así pues, si todo esto ya no era posible, la interrogante que ahora surge con este escenario tan adverso es ¿Cómo le hicieron los negocios artesanales? Concretamente, para continuar con la etapa de promoción y comercialización.

A continuación, se narran los cambios diacrónicos que cada uno de los negocios artesanales de esta trayectoria fueron tomando con la finalidad de conservar su actividad económica. La información que enseguida se presenta es retomada del trabajo en campo el cual se realizó para obtener datos directos de los propios negocios

Los dueños de los negocios que elaboran artesanía para dama y caballero en la técnica de alambriero, en la segunda fase de la COVID-19, cuando se ordena el cierre de las actividades económicas no esenciales, se dieron a la tarea de analizar el contexto y las indicaciones gubernamentales. Al percatarse que se permitía la comercialización de alimentos y bebidas no alcohólicas, pensaron que podían poner en práctica tanto los conocimientos de arquitectura, como los de chef, así que decidieron asociarse para crear un nuevo emprendimiento.

El artesano que elabora joyería para caballero comenta que el nuevo emprendimiento consistió en la comercialización de “frutas locas, versus, frutas artísticas gourmet” (B, entrevista, 2022). Ambos pusieron todo su empeño en modificar el local, la mitad destinado para la promoción y comercialización de artesanías de alambriero y bisutería, y la otra mitad destinado al nuevo emprendimiento de frutas. Para ello implementaron todos los protocolos de salud, seguridad, higiene y saneamiento, en palabras de ella “hasta se puede decir que, implementamos un ISO” (A, entrevista, 2022). Con emoción y orgullo narran su experiencia de la siguiente forma:

El: En la pandemia, [...] estaba nuestra bisutería y joyería para dama y caballero, pero de ahí por necesidad, estuvimos arrojando un proyecto gastronómico de fruta artística *gourmet*; no era algo que estuviéramos [...] maquilando, todo lo hacíamos en el momento que el cliente nos solicitaba y teníamos buena afluencia. De ahí, ahora nuestros ingresos eran 60 por ciento de lo gastronómico y 40 por ciento lo artesanal.

Ella: Cómo se vino esto de la pandemia entonces, rápido tuvimos que sacar a flote todo eso. Fue una bendición tener ese local, porque las personas aun sabiendo que no se tenía que vender otra cosa, [...] nos compraban cuantimuchos, aunque sea una pulserita.

El: Las herramientas y los utensilios gastronómicos que usábamos era acero inoxidable, para lo cual era una mínima invasión hacia lo otro. [...] por la alta higiene que utilizamos, no era algo que causará contaminación cruzada, cómo se le conoce en lo gastronómico, porque trabajamos con altos estándares.

Los artesanos que comercializan artesanía, bisutería y frutas artísticas gourmet, comentan que durante la fase dos y tres de la pandemia el negocio continuó prosperando. Ella expresa con enorme felicidad, “ahora la gente, hasta hacia filita en nuestro local, y a nosotros nos daba mucho gusto” (A, entrevista, 2022).

Los negocios de esta trayectoria coinciden que, aunque tomaban precauciones al salir, el miedo a contagiarse era latente, como dice la artesana que elabora joyería para dama: “sabíamos que estábamos en riesgo, sabíamos que le andábamos jugando al valiente, pero asumimos el riesgo y le salimos al toro”. (A, entrevista, 2022). Todos refirieron tener familiares, amistades y compañeros artesanos que fueron contagiados por el virus del COVID-19 y algunos fallecieron.

Los dueños de los negocios de joyería en alambriado y fruta gourmet, no fueron la excepción, pues ellos en la tercera fase de la COVID-19, también fueron contagiados con el virus SARS-CoV-2, ello les obligo a cerrar el local y mudarse a otra área de la ciudad donde un familiar les presto una casa, así no tendrían que pagar renta.

En esta fase ellos continuaron produciendo en casa y vendiendo por internet y teléfono, ahora los pedidos se entregaban a domicilio. Respecto al artesano que elabora joyería para caballero menciona que el gobierno mostraba diversas incongruencias, por un ejemplo:

Mientras yo estaba en casa, acatando la orden de quédate en casa, [...] Gobierno me mandaba a poner engomados en mi vehículo, cuando yo iba para preguntar ¿por qué me pusieron una multa en mi vehículo? la respuesta era, porque nos dimos cuenta que frente a tu casa tienes tres días sin mover ese carro, [...] yo decía, yo pago la multa, pero ustedes qué hacen por la frase “quédate en casa”, antes movía constantemente mi auto, porque soy artesano y salía a eventos. Pero todo se canceló, no es posible que Gobierno Federal diga que nos quedemos en casa y gobierno municipal nos pongan multas por quedarnos en casa. (B, entrevista, 2022).

Durante la fase 4 los negocios de alambrismo, son invitados a participar en el primer evento público. Con relación a este evento, la artesana que elabora joyería de dama en alambrismo menciona, que:

El *Mexican Fest* fue el primer evento grande al que salimos durante el COVID, cómo se trataba de llevar traje típico y comida típica de dónde cada uno somos, llevé pozole artesanal estilo Guadalajara. Fue la primera vez que se nos dio la oportunidad de presentarnos formalmente en un evento y, además, presentarnos en la misma carpa con dos proyectos; [...] el pozole gustó tanto que después los americanos decían que llevara los fines de semana. Así lo hicimos, llevábamos el proyecto de artesanía y el gastronómico.

Ilustración 6.7. Invitación al Mexican Fest, en Puerta al Valle.



Fuente: (A, Facebook, 2021).

Los primeros dos eventos masivos respaldados por el gobierno ocurrieron, el primero el 30 y 31 de octubre de 2021 en la plaza Galerías Hipódromo y el segundo el sábado 4 y domingo 5 de diciembre en la explanada del Centro Cultural de Tijuana (CECUT), con apoyo del Comité de Turismo y Convenciones (COTUCO). A estos eventos asistieron los artesanos de joyería en alambrismo para dama y caballero y los artesanos de orfebrería y macramé de Rosarito. En

palabras de uno de ellos, estos eventos fueron: “los que marcaron la pauta, para saber que ¡ya la libramos con nuestros negocios artesanales!, entonces nos animamos a pedir oportunidad en Tecate” (B, entrevista, 2022).

Ilustración 6.8. Festival otoñal: Música, arte y gastronomía y Expo Tijuana Emprende.



Fuente: (SOMOS Música Arte Gastronomía, Facebook, 2021) y (Expo Tijuana Emprende, Facebook, 2021).

Continuando con las narraciones de este cambio, los dos artesanos de alambrismo se dieron a la tarea de gestionar en el Palacio Municipal de Tecate, el cual tiene la denominación de “*pueblo mágico*”²⁴, espacios para que artesanos de Rosarito y Tijuana iniciaran una venta artesanal en el parque principal. Ellos consiguieron el permiso para presentarse a partir del 19

²⁴ La denominación de pueblo mágico es otorgada por la Secretaría de Turismo, a las localidades que cuentan con atributos “simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad” (Secretaría de turismo, 2014) que se manifiestan en acciones socio-culturales y que son oferta cultural para el turismo.

de diciembre de 2021 todos los fines de semana en el andador que está paralelo al parque central Benito Juárez.

Ilustración 6.9. Tecate-arte.



Fuente: (A, Facebook, 2021).

Por su parte el dueño del negocio unifamiliar, también de joyería en la técnica de alambrismo, refiere que el momento en que se generó mayor intranquilidad, incertidumbre, desesperación y preocupación, fue en marzo del 2020 cuando a través de los medios de comunicación supieron que con carácter de obligatoriedad se tenían que cerrar las actividades no esenciales y cuando la escuela donde estudian sus hijos informó sobre la suspensión de clases presenciales. Al respecto el artesano menciona: “por la escuela de nuestros hijos, cuando supimos que cerrarían las escuelas, entonces, ahora si sentimos el “tambaleo,” dijimos, esto sí va en serio, y entonces platicamos cómo le íbamos a hacer si las cosas se ponen más difíciles” (S, entrevista, 2022).

El dueño de este negocio, rememora y menciona que otro momento de impacto para ellos fue cuando el palacio municipal anunció que se cancelarían algunas actividades, cerrarían la mayoría de oficinas no esenciales y por tanto se suspendía la venta de los emprendimientos que tenían espacios en los jardines de dicho recinto. Con gran desazón recuerda, que uno de los

primeros pensamientos que tuvieron y comentaron en pareja fue: “Hay que analizar bien cómo está todo esto y si es verdad, después hay que ver cómo le hacemos” (S, entrevista, 2022).

Asimismo, relata qué el arte y la artesanía son cambiantes, que ellos en estos veinte años han aprendido a fluir de acuerdo con las circunstancias, a lo que el público busca y de acuerdo con las oportunidades que ellos tienen para comercializar. Por ejemplo, reconocen que la mayor parte de las ventas que realizaban de lunes a viernes en los jardines del palacio municipal de Tijuana está relacionada a las manualidades y la bisutería, y la venta realizada en los eventos de arte, cultura, artesanía y emprendimiento que se realizan en otras sedes la mayor está relacionada con la joyería artesanal en la técnica de alambrismo. Al respecto narra cómo el aprendizaje de ser cambiante y tener la voluntad para adaptarse les fue de utilidad para enfrentar los retos de la COVID-19 y permanecer con su negocio artesanal:

Como ya no podíamos vender ni en el palacio, ni en eventos públicos. Nosotros no podemos darnos el lujo de dejar de trabajar, no hacemos la artesanía por *Hobby*, [...] nosotros tenemos hijos y sobrevivimos de lo que producimos y vendemos. Entonces nos pusimos a pensar y preguntarnos ¿ahora que se necesitaba?, muy rápido descubrimos que había desabasto de cubrebocas, en algunos lugares solo vendían una pieza y por ejemplo en algunas farmacias decían que lo máximo que podían vender eran cinco cubrebocas. (S, entrevista, 2022).

Informándose, también se dieron cuenta que se permitía la comercialización de alimentos y bebidas no alcohólicas, así mismo supieron que son esenciales las actividades económicas que participan en el abasto, servicio y proveeduría para hacer frente a la contingencia sanitaria, la manufactura de insumos para la atención de la salud²⁵, entre otros. Fue entonces que decidieron iniciar un nuevo negocio, para ello menciona:

Pues entonces nos pusimos a diseñar y a producir cubrebocas, al inicio eran artesanales, cuando la demanda creció, los moldes de cubrebocas que teníamos se los llevamos a

²⁵ “en el que se establece como acción extraordinaria, para atender la emergencia sanitaria generada por el virus SARS-CoV2, que los sectores público, social y privado deberán implementar las siguientes medidas: I Se ordena la suspensión inmediata, del 30 de marzo al 30 de abril de 2020, de las actividades no esenciales, con la finalidad de mitigar la dispersión y transmisión del virus SARS-CoV2 en la comunidad, para disminuir la carga de enfermedad, sus complicaciones y la muerte por COVID-19 en la población residente en el territorio nacional; II. Solamente podrán continuar en funcionamiento las siguientes actividades, consideradas esenciales: [...] participan en su abasto, servicios y proveeduría, [...] manufactura de insumos, equipamiento médico y tecnologías para la atención de la salud; [...] industria de alimentos y bebidas no alcohólicas, mercados de alimentos, supermercados, tiendas de autoservicio, abarrotes y venta de alimentos preparados [...]” ACUERDO publicado en el DOF el 31 de marzo de (2020).

trabajadores de la maquila que habían sido despedidos, [...] de esa manera, maquilando incrementamos la producción y todos ganábamos, [...] pero solo nosotros, mi esposa y yo, vendíamos los cubrebocas en la calle, también nos dimos cuenta que las personas buscaban agua fría embotellada y otras bebidas no alcohólicas, así que ahora vendíamos cubrebocas y agua y otras bebidas. (S, entrevista, 2022).

Aun tomando las debidas precauciones los dueños de este negocio, durante la tercera fase fueron contagiados con el virus del SARS-CoV-2. En consecuencia, se vieron obligados a permanecer temporalmente en casa, tiempo en el que se terminó el emprendimiento de maquilar cubrebocas. Mientras permanecían en recuperación en casa, destinaron tiempo a continuar la producción de artesanía y a delinear las acciones estratégicas para continuar en el mercado. Ambos dueños de este negocio refieren que mientras producían escuchaban las conferencias pronunciadas por el Subsecretario de Prevención y Promoción de la Salud —Hugo López-Gatell Ramírez—, las declaraciones del presidente de México y los noticieros de ambos lados de la frontera. Al salir nuevamente a la calle compartían impresiones con las personas que interactuaban. Así, mantenerse informados, les permitió realizar su propio análisis día con día y concluyeron que el mundo institucional es injusto:

[...]es un mundo de élite, dónde se dictan reglas que los ciudadanos debemos acatar. Pero no necesariamente representa a la mayoría. Es imposible que sea justo para todos, [...]pues no se toma en cuenta a las minorías. Los que *más conocemos de la realidad somos quiénes la vivimos*. (S, comunicación personal, 2021).

Con respecto a los artesanos que incorporaron a su negocio la producción y venta de cubrebocas y bebidas, al retomar su negocio, continuaron vendiendo alambriero, bisutería, en menor medida reventa de cubrebocas manufacturados y además incorporaron la venta de diversos artículos de joyería manufacturada. Sus ventas las realizaban de lunes a sábado en Tijuana y los domingos en un mercado ambulante (sobre-ruedas) del municipio de Rosarito. Asimismo, con el propósito de aumentar la confianza en los clientes y tomar mayores precauciones, decidieron que era necesario continuar

“Con el flejado de todos los productos, porque además [...] se decía los artículos podrían contener el virus. Nosotros comenzamos a tener más cuidado por la seguridad de los clientes y nosotros, que ya andábamos colgando los tenis, seguíamos teniendo los cubrebocas, pero ya se vendía muy poco, por eso metimos al negocio joyería comprada, porque en el sobre, casi no sale la artesanía artesanal”. (S, entrevista, 2022).

Con respecto a la implementación del instrumento llamado “Semáforo de riesgo epidemiológico” con la finalidad de transitar hacia lo que se denominó “una nueva normalidad”. El semáforo fue un sistema que monitoreaba la incidencia de contagios en el país, con ello el gobierno podía regular el uso de los espacios públicos de acuerdo con el riesgo de contagio de COVID-19 que mostraba dicho instrumento. La reacción de los artesanos de esta trayectoria fue, que era muy tarde para pensar en un semáforo, puesto que:

En México hay miles y miles de personas que como nosotros [...] nos ganamos la vida saliendo a las calles cada día. Además, muchos miles que fueron despedidos de sus empleos. Salieron a la calle toda la pandemia y al sobre ruedas a vender lo que se pudiera, como dice la canción “el hambre es canija, pero más canijo el que la aguanta” (S, entrevista, 2022).

El dueño de este negocio, en esta fase, comenzó a salir a algunos eventos que surgieron en Tijuana y Rosarito, además de que retomaron el espacio que tenían en los jardines del palacio municipal de Tijuana.

El dueño del negocio de joyería, en la técnica de orfebrería ubicado en Playas de Rosarito, menciona que, a pesar de la intranquilidad, el panorama incierto y como dice este artesano orfebre, haciendo referencia los pensamientos catastróficos vividos en soledad, “el caos mental” (D, comunicación personal, 2022), la decisión de mantener la actividad artesanal era inamovible; quizá lo que en este momento estaba viviendo esta unidad económica, era similar a lo que otros negocios del mismo ramo estaban viviendo en la COVID-19. En el marco del día del artesano, se observaron un sinnúmero de mensajes sobre todo en Facebook, todos ellos alusivos a qué los artesanos históricamente han enfrentado dificultades y que al igual que en el pasado buscarían la manera de resistir y permanecer.

Con la finalidad de ilustrar el sentido fiel de estas expresiones se recurre a tres de los mensajes circulados por Facebook, el primero corresponde a un artesano que no pertenece al grupo de estudio, y los siguientes dos fueron publicados por los artesanos orfebres de Rosarito. “Fuerza a todas las artesanas y artesanos a quienes la historia continúa golpeándoles más duro que a cualquiera. ¡saldremos adelante!” (Difusión artesanal, Facebook, 2020). El artesano orfebre con relación al mensaje anterior publica en el Facebook de su negocio artesanal:

Este mensaje fue enviado en un grupo de artesanos, como muestra de unidad de las personas en las que no ha muerto el amor por su tierra y las historias de los abuelos, que son la inspiración de cada artesanía que elaboran, el artesano es un modo de vida, libre, consciente con su alrededor público y natural, en el que como resultado de no someterse al sistema tiene que sobrevivir y luchar por no extinguirse, aun mas en este nuevo mundo globalizado, quiero FELICITAR a todos los artesanos hoy y todos los días de los años venideros, por no darse por vencidos y no dejar que los productos sin alma e historia invadan y contaminen su región, si la invasión del viejo mundo que mataba a nuestros abuelos no logro acabar con los artesanos, mucho menos un simple virus con cara de políticas y comercio, TIAHUI ARTESANOS DE TODAS LAS REGIONES DEL MUNDO, Y SIGAMOS UNIDOS Y AYUDÁNDONOS COMO HASTA HOY. (D, Facebook, 2020).

Por su parte la artesana de Rosarito publica también en el Facebook de su negocio artesanal, una imagen con la leyenda, “[...] Día de él y la artesana, día de honrar la labor de más de 12 millones de maestras/os artesanas/os mexicanas/os”. (L, Facebook, 2020). Este mensaje estuvo acompañado de la imagen que se presenta a continuación.

Ilustración 6.10. Día de él y la artesana 2020.



Fuente: (L, Facebook, 2020).

A continuación, el orfebre comparte que con los artesanos y artesanas dueños de otros negocios, con las que él tenía contacto, “por Facebook, por mensaje o cuando nos mirábamos, nos dábamos ánimo entre nosotros” (D, entrevista, 2022). La empatía entre dueños de negocios artesanales en tiempos de la COVID-19 fructificaba, planteándose en conjunto analizar el contexto de la pandemia, para ello realizaron reuniones exclusivas donde cada uno aportaba ideas con la finalidad de decidir “¿cómo le íbamos a hacer, para salir adelante?, (D, entrevista, 2022). El orfebre y sus compañeras/os tenían plena voluntad y seguridad de querer continuar el negocio por ello decían “de que salimos, salimos, pero la gran pregunta era ¿cómo?” (D, entrevista, 2022).

Ilustración 6.11. Joyería en técnica de orfebrería.



Fuente: Fotografías tomadas durante la observación no participante (2022)

Aun sin tener respuestas concretas a las preguntas que se planteaban, el artesano orfebre narra que a la lista de momentos difíciles por los que ha transitado su negocio le sumaba lo que seguía ocurriendo durante la COVID-19, como él dice: “ni modo, le ponemos otra y otra rayita al tigre, aunque de tan rayado más bien se va a hacer pantera”, haciendo alusión a que identificaba como otro momento complejo, que.

En los medios de comunicación masiva se informó que a partir del 21 de marzo de 2020 se cerraría la frontera entre México y Estados Unidos para cruces no esenciales y el turismo. Esta decisión tuvo dos implicaciones para los negocios artesanales de la región de estudio. La primera es que imposibilitaba a algunos artesanos a continuar con la venta de su artesanía en ese país, sobre todo en San Diego y Los Ángeles. La segunda implicación fue la ausencia del turismo en la región, lo que les resultó preocupante, pues eran sus principales consumidores. Además, los mismos artesanos refieren que un gran número de actividades de arte y cultura en los que ellos participaban eran dirigidos al turismo proveniente de ambos lados de la frontera. En este sentido el orfebre de Rosarito narra:

Me preocupé cuando escuché en los medios de comunicación que los contagios por COVID estaban creciendo, y pues que además era una enfermedad grave, [...] que, para prevenir muchas muertes, creo decían “muertes masivas”, el Gobierno Federal tomaría medidas firmes. Después ya se anunció que además de que suspenderían las clases, [...] también cerrarían la frontera. Al principio pensábamos que era el cierre total de la frontera, [...] después aclararon que solo para turistas y gente que viajaba pero que no tenía algo muy importante para justificar porque querían venir a México, de todas maneras, eso no era ayuda, [...] más bien nos perjudicaba a los artesanos. Unos porque algunos vamos a eventos a San Diego y los Ángeles. También en ocasiones entregamos piezas de encargos especiales, y otras veces del correo americano enviamos nuestras piezas; por ejemplo, yo llegue a mandar piezas hasta Singapur. (D, entrevista, 2022).

El artesano dueño de este negocio, seguro de sí mismo, menciona que no es de su interés buscar un patrón, por tanto, era indispensable encontrar opciones rápidas para continuar obteniendo ingresos. Al respecto el artesano orfebre de Rosarito recuerda y explica: “Yo nunca he sabido pedir trabajo, en el pasado solicité en muchos lugares y nunca me contrataron” (D, entrevista, 2022).

Prosiguiendo con el análisis de la trayectoria de este negocio artesanal, el orfebre asegura que él, sus compañeros y compañeras artesanas coincidieron en que estaban determinados a encontrar la manera de continuar con los negocios artesanales, aun sabiendo que ya no era posible salir a eventos ni cruzar a los Estados Unidos. Por eso continuaron la producción de artesanías de una manera limitada y la ofrecían a los clientes que ya tenían fidelizados hasta ese momento. Mientras tanto el dueño de este negocio encontró tres actividades alternas en las cuales ocuparse. De éstas solo la primera le permitió generar recursos económicos de forma inmediata.

La primera actividad fue seleccionar de su vivienda ropa, ornamentos, accesorios, electrónicos, calzado, entre otros objetos que ni él, ni su familia necesitaban u objetos que no eran primordiales para la sobrevivencia. Posterior a ello, los pusieron a la venta en los conocidos “mercados ambulantes sobre ruedas”, ya que se percataron que estos seguían en funcionamiento. La otra opción que encontraron para vender estos artículos de segunda mano fue el “*Marketplace de Facebook*”.

La segunda actividad consistió en apoyar a la Asociación Civil Ollin Calli, llevando despensas y artículos de protección personal para prevenir los contagios. Los beneficiados son artesanos y otras familias en condiciones precarias, principalmente de Tecate, Tijuana y Rosarito. Estos insumos provienen de grupos sin fines de lucro en Estados Unidos. Cabe mencionar que esta actividad de llevar despensas, oportunidades y para algunas personas apoyo económico la siguen realizando hasta el momento. Al respecto menciona

“esto no me deja ganancia económica a mí, [...] pero de esa manera puedo ayudar al esfuerzo que hace Ollin Calli, y esa es una manera de ayuda a artesanos que lo necesitan, para que no abandonen su oficio, porque vi que algunos hasta de albañil se iban, [...] que no se mal entienda, no es que ser albañil o trabajador de la maquila sea malo, [...] “mis respetos para ellos, lo que hacen también es valioso”. Pero no es justo que los artesanos que les gusta lo que hacen y que tienen tanto talento, abandonen su oficio, porque no puedan vivir de eso” (D, comunicación personal, 2022).

La tercera actividad fue iniciar a educarse en herramientas digitales, concretamente en el funcionamiento de las redes sociales electrónicas, las plataformas que existen y que son óptimas para la venta de artesanía; así como en actividades de apoyo para el marketing, como el uso de programas para la edición de fotografía y video. Al respecto el artesano orfebre narra que:

Cómo fue sorprendente. Que ya no nos dejaron salir, se puede decir que por un momento nos quedamos en *shock*, ya que regularmente la artesanía se vende en lugares públicos [...] que tiene que ver con afluencia de personas. Al ser cancelados, incluso eventos que estábamos organizando, pues mientras nos replanteamos como continuar, yo publicaba más en Facebook y contactaba a mis clientes como podía. Fue muy, muy difícil, hubo desesperación, hubo pensamientos feos. (D, entrevista, 2022).

En seguida se muestra, las imágenes promocionales de tres eventos que México Artesano estaba planeando en el año 2020 los días 28 y 29 de marzo en Ensenada, 11 y 12 de abril en

Rosarito y 25 y 26 de julio en Tijuana, cuya organización estaba liderada por este negocio de Rosarito.

Ilustración 6.12. Eventos de México artesano, cancelados.



Fuente: (Archivo fotográfico de México artesano, 2021).

Un evento de suma importancia, tanto para el negocio de orfebrería de Rosarito de trayectoria híbrida, como el de mocasines de Tijuana y el de joyería de urdimbre Wixárika, ambos pertenecientes a la trayectoria resiliente, es “la danza de equinoccio de primavera y solsticio de verano” en una reserva Kumiai en Tecate, organizado por “el Tata Kachora”, quien es reconocido como un guía de dicha etnia. La importancia de este evento radica en que estos artesanos tienen por lo menos quince años ininterrumpidos asistiendo a vender sus artesanías. Estos negocios, a través del tiempo, han invitado a otros negocios artesanales de la región. Por ejemplo, la artesana de macramé y orfebrería de Rosarito y la pareja que produce joyería en la técnica de alambriero para dama y caballero, entre otros artesanos que no forman parte de este estudio pero que han sido identificados durante la observación no participante, también acostumbraban a acudir a los eventos conocidos como la “danza”.

Se adelanta que durante la COVID-19 la única danza cancelada fue la correspondiente a la del solsticio de verano de 2020. El resto de las danzas se realizaron y los artesanos acudieron a participar de las actividades y comercializar sus artesanías, se hace la aclaración que a esta reserva no ingresa la policía.

Retomando la trayectoria del negocio de orfebrería, este negocio, al pasar los días, continuaba poniendo todo su esfuerzo en la sobrevivencia de cada día, sin dejar de apoyar a otros y con la convicción de encontrar la forma no solo de permanecer, sino que también de crecer. Así que como el orfebre dice:

Después del caos de pensamientos y de entender que esto iba a durar mucho tiempo, mientras que encerrado producía artesanía, me di cuenta que todo el día por internet escuchaba las conferencias de Gatell, Obrador y las noticias, entonces pensé, [...] que, aunque estamos dentro de las casas teníamos acceso al mundo a través del *internet*. Entonces entendí que nuestra forma de continuar era informarnos, educarnos, saber cómo se iba a implementar esta nueva forma de venta desde casa. [...]. Lo que hice fue tratar de educarme, buscar material para entender la manera de vender por ese medio, luego una vez que ya te compraban ahora la situación era enviar la artesanía a donde la pidiera el cliente, entonces lo tuve que hacer con mucha precaución y también informarse con estas empresas que envían para poder terminar la venta en México y Estados Unidos. (D, entrevista, 2022).

Este artesano orfebre indica que, además de ofrecer a la venta la joyería artesanal en la técnica de orfebrería de cobre y alambre de plata incorporando minerales, gemas y fósiles, continuaba conservando la venta de artesanías antiguas de diversas culturas. Adicionalmente, ahora, en la fase tres de la COVID-19, integró al negocio una nueva actividad económica, la cual se trató de la venta de joyería de plata en técnica de Joyero²⁶, también con minerales y gemas. Estas piezas son elaboradas por un joyero de la región de estudio, el cual, mediante información personal, durante el trabajo en campo confirmó que él no sale a eventos. Aunado a lo anterior, el orfebre comenzó a comercializar piezas unitarias de gemas, minerales y fósiles. El dueño de este negocio menciona que “ahora tenía un Facebook personal para publicar sobre arte y cultura, otro Facebook con Instagram para ofrecer la artesanía disponible y uno más para la joyería de plata, los minerales y fósiles” (D, entrevista, 2022).

A pesar del ordenamiento de no salir de casa y el cierre de las actividades no esenciales, este negocio continuaba operando de manera física y virtual. El miedo era latente, pero era mayor la necesidad de continuar con el negocio, al respecto comparte

²⁶ Joyería fina en plata, también elaborada artesanalmente, utilizando mayor herramienta especializada y soldadura del mismo material.

“¿Tenía miedo porque se decía qué los artículos podrían ser portadores del virus! En un medio de comunicación se publicó qué se iba a prohibir, que los trabajadores usaran joyería para prevenir contagios, entonces pensé que si las personas ya no iban a usar joyería sería muy difícil vender” (D, entrevista, 2022).

Entre otros, un ejemplo de estas noticias fue la publicada el 20 de mayo de 2020 en el portal Capital Humano, denominada “¿Adiós corbatas y barbas en el trabajo? Los dilemas de las reglas de reapertura”. A pesar de las noticias alarmantes y el miedo a contagiarse, la mayoría de los artesanos de esta trayectoria percibió el incremento de las ventas y “trueques” organizados en redes sociales, las entregas realizadas en lugares como estacionamientos, banquetas, parques, plazas y cafeterías, así como el crecimiento de los mercados ambulantes (sobre-ruedas).

Los artesanos de Rosarito puntualizan que en lo relacionado con la materia prima la pandemia les ayudó, puesto que antes compraban a revendedores, pero al estar cerrados los negocios físicamente, tuvieron que establecer contacto directo con los productores de su materia prima. También iniciaron a promover sus productos utilizando principalmente Facebook. El artesano orfebre de Rosarito menciona:

Comencé a buscar materia prima, los proveedores hicieron lo mismo que yo con mis artesanías, se expusieron en redes sociales, [...]. Al inicio tuvimos que poner un voto de confianza porque solicitábamos la materia prima, pero para que la enviaran primero teníamos que pagar. Así fue como nos poníamos de acuerdo para que me enviaran las materias primas directas de proveedor [...] por correo, porque las empresas de correo no cerraron. Hemos tenido algunos detalles, como que no llegue completo el pedido, que se dañen algunas piezas, que lleguen unas piezas en lugar de otras, o que la paquetería abra y robe piezas; por ejemplo, a un compañero le llegaron piedras de grava, pero bueno es parte del *show* [...]. Para ahorrar costos de envío o que nos salga más baratas las materias primas, algunos artesanos nos hemos juntado para hacer pedidos grandes. (D, entrevista, 2022).

Por su parte, el artesano orfebre de Rosarito identificó una oportunidad más de negocio, se asoció con dos familiares, para comercializar arreglos florales en el marco del día de las madres. La producción la dividieron, para vender simultáneamente en distintos puntos de Rosarito. Por ejemplo, el dueño de este negocio, mientras participaba en un evento con motivo del aniversario de un restaurante Oaxaqueño en Rosarito, tenía a la venta las artesanías y los arreglos florales. La venta de arreglos florales la han replicado los subsecuentes años.

El 26 de mayo del 2020, la Secretaría de Salud anuncia que el 31 de mayo de ese mismo año concluiría la Jornada Nacional de Sana Distancia. Las reacciones no se hicieron esperar y los artesanos expresaron “Nosotros hacemos nuestra realidad. Nosotros moldeamos nuestra nueva normalidad. No podemos esperar únicamente que el gobierno nos diga que hacer y cuándo hacerlo” (D, entrevista, 2022).

El artesano orfebre de Rosarito, que durante el confinamiento fortaleció su red de apoyo, innovó en la utilización de herramientas digitales y en diseño. Además, ansioso por salir para poner en marcha más ideas, experimentar, aprender y fortalecer su negocio, buscó y preguntó opciones de mercado que él no conocía. Al respecto narra:

Aunque decían que estábamos en semáforo rojo iniciamos a salir porque descubrí oportunidades que no podía dejar pasar. Yo teniendo 30 años en Rosarito, había lugares que no conocía, [...] ni siquiera sabía que existían, y en estos 15 años de artesano yo decía que los principales clientes eran el turismo, pero a los artesanos se nos estaba olvidando una cosa, que en Tijuana, Rosarito y Ensenada hay una comunidad grande sobre todo de americanos jubilados que valoran lo hecho a mano y que también buscan espacios en dónde relajarse y pasarla bien [...]. Así que me invitaron a participar primero en una galería de arte, al sur de Rosarito; luego en un café a la entrada del Valle de Guadalupe; después en un rancho privado inmerso en las montañas en La Misión, Ensenada. En estos lugares se reúnen americanos que viven aquí y que no les gusta ir al centro de Tijuana o al centro de Rosarito. También otros [...] vienen de los Estados Unidos, que el fin de semana quieren desestresarse aquí en la Baja. Ellos vienen porque siendo ciudadanos americanos o residentes no tienen ningún problema para regresar a su país. La mayoría no hablan español. En esos lugares mi negocio ha crecido. Hasta he podido comprar gemas muy caras y ahorrar durante la pandemia (D, entrevista, 2022).

Durante la observación no participante se constató que en los lugares de referencia se reúne mayormente comunidad americana. Los vendedores son artesanos y emprendedores de distintas nacionalidades, por ejemplo, provienen de Estados Unidos, España, Colombia y México. El idioma que predomina es el inglés, ninguno ni de los consumidores ni los vendedores, utilizan cubrebocas a pesar de que el estado se encontraba con el marcador rojo oscuro. Una ventaja competitiva es que el artesano orfebre tiene experiencia previa a la COVID-19 vendiendo en Los Ángeles y San Diego, habla inglés y tiene habilidades de negociación. Al respecto menciona:

En esos lugares, me he hecho de muchos clientes, un cliente, por ejemplo, hasta me ha invitado a fiestas particulares en su casa y sus invitados me compran. Algunos clientes

americanos después me piden encargos especiales, ha ayudado que hablo un poco de inglés, pero casi no lo sé escribir [...] así que, para mantener contacto con ese público, [...] descubrí que hay traductores en línea, y pues, otras veces les mando audios de voz. Cuando confirmé que eran buenas plazas invité a otros artesanos, aunque no hablen inglés. Yo les ayudo a concretar la venta y si los clientes quieren pagar con tarjeta también a mis compañeros les ayudo cobrando con mi terminal y en ese momento les doy su dinero en efectivo. (D, entrevista, 2022).

Ilustración 6.14. Imágenes en rancho, inmerso en las montañas en La Misión, Ensenada.



Fuente: Fotografía tomadas durante la observación no participante (2020).

Ambos artesanos de Rosarito —total y absolutamente convencidos en que las herramientas digitales ahora eran primordiales para continuar los negocios artesanales—, por su propia cuenta, continuaron investigando, leyendo, preguntando, descargaron aplicaciones e interactuaron con ellas. Así, durante la fase 3 y 4 de la COVID-19 realizaron un trabajo arduo y constante de búsqueda y aprendizaje, el cual se dio a prueba y error. Esto les ayudó a descubrir cómo las herramientas digitales podían ser de utilidad a la rama artesanal. Al respecto el orfebre de Rosarito, con instrucción escolar de secundaria, exhausto pero orgulloso narra que:

Como había más tiempo en casa, porque no podíamos salir tanto de casa, [...] me puse investigar cómo podía usar la tecnología para mí negocio. Todo era prueba y error, cuándo encontraba algo que sabía nos podía ayudar, lo probaba, lo comentaba con algunos de mis compañeros, luego lo probaba con los clientes, [...] si no funcionaba lo

desechaba y continuaba, al menos ya sabía que ese no era el camino. Cosas que fui descubriendo, algunos de mis compañeros me pedían que les enseñara y yo lo hacía con gusto, para alivianarnos todos, así que, algunas cosas las adoptaron también para su negocio, pero otros compañeros se asustaron y decían, eso es muy difícil, yo no sé, yo no lo entiendo, mejor me quedo como estoy, hújole, era como si les hablara en otro idioma, [...] y bueno continuaban haciéndole la lucha de manera presencial ofreciendo sus productos uno a uno. (D, entrevista, 2022).

Hoy sé que hay muchas plataformas y muchos programas que ya existían antes del COVID, pero los artesanos no las conocíamos y no las utilizábamos. Por ejemplo, descubrí que se podían hacer códigos digitales QR²⁷ que los celulares podrían leer, entonces pensé, y si en lugar de dar tarjetas físicas a los clientes imprimo los códigos y ellos los lean con su celular, [...] así los dirijo a mis redes sociales y WhatsApp. Entonces ahora el cliente podía mantener sana distancia, pero podría contactarme [...] rápido. Me di cuenta que lo mismo estaban haciendo los restaurantes para mostrar el menú. También investigué como utilizar transferencias bancarias, cobro con tarjeta mediante terminal, utilización de PayPal, [...] sí daba más opciones a los clientes para pagar. [...]. Aprendí cómo editar video, [...] tomar fotos de mayor calidad, en distintos ángulos y editarlas para las redes. Otra cosa que hice fue investigar plataformas y me animé a abrir un sitio en Amazon *Handmade* México. Yo quería abrirlo en Estados Unidos, pero no se podía porque necesitaba un número de seguro y pagar impuestos en ese país, [...] por eso no se podía hacer más, así que por eso abrí la cuenta en México, pero no tuve éxito. (D, entrevista, 2022).

Durante la observación no participante, se constató, que en los espacios que tenía presencia, este negocio fue el primero en utilizar códigos digitales QR; el primero en cobrar de manera electrónica; comenzó a tomar fotografías a sus clientes luciendo la joyería adquirida, también en ocasiones, toma video a sus clientes donde ellos narran la experiencia de adquirir piezas artesanales e invitando a adquirir lo hecho a mano. Todo ese material el dueño lo publica en las redes sociales del negocio. Con respecto a la plataforma de Amazon *Handmade* México, mediante comunicación personal, el dueño de este negocio informó que hasta el momento de la redacción de esta investigación no se generó ninguna venta por ese medio.

En septiembre del 2020 este negocio se asoció con una artesana que elabora macramé con el fin de crear diferentes piezas vistosas con técnicas híbridas. Estos artesanos, al conjuntar el macramé con la orfebrería, dieron vida a la nueva marca artesanal “recuerdos ancestrales”.

²⁷ Código QR (del inglés Quick Response code, al español “código de respuesta rápida”) es la transición del código de barras conocido en los productos manufacturados, un QR almacena información en una matriz de puntos o código de barras bidimensional.

Así, los primeros días de octubre, por medio de herramientas digitales inician a circular fotografías de artesanías híbridas.

Ilustración 6.15. Recuerdos ancestrales: artesanía híbrida.



Fuente: (D, Facebook, 2020).

El 21 de octubre de 2020, este negocio, seguro de que sus piezas artesanales están bien hechas y que estas pueden perdurar a través de generaciones, a través del Facebook empresarial, anuncia formalmente que a partir de ese momento sus piezas tienen “garantía de por vida en uso natural²⁸” (D, Facebook, 2020). Este hecho ha contribuido a la fidelización de más clientes. Aprovechando el prestigio que cada día se incrementaba para este negocio, mediante herramientas digitales, propuso a otros negocios amigos apoyo publicitario. En consecuencia,

²⁸ Durante el trabajo en campo el artesano orfebre explica que por “uso natural”, se refiere a que la pieza se utilice para lo que fue hecha, “para portarla”, menciona que la garantía no aplica si intencionalmente es utilizada como herramienta o es sometida al fuego u otras acciones extremas.

durante el mes de diciembre del 2020, el negocio de orfebrería publicó en su Facebook imágenes de otros negocios artesanales, promoviendo así el comercio justo.

Poniendo a prueba las ventajas de las herramientas digitales, el negocio artesanal de orfebrería continúa explorando y aprovecha diversas oportunidades para mantener el interés del público que lo sigue. Un ejemplo es que nuevamente en el marco del día del artesano del 2021 lanza el siguiente mensaje:

Los artesanos actualmente existimos como consecuencia de varias razones, una de ellas debido a los abuelos y los padres que transmitieron sus conocimientos y técnicas a familiares y extraños, también a la necesidad de la vida cotidiana y sobrevivir haciendo a mano su ropa, zapatos y utensilios de cocina en barro para hacer sus alimentos y los artículos rituales para darle gracias a las deidades y energías de la naturaleza, pero la razón que aun existan los artesanos hoy en día en un mundo donde todo se hace a máquina es gracias a las personas que apoyan y valoran la dedicación, tiempo y pasión con la que se hace una pieza artesanal y el día que llegue el caos y las máquinas no puedan producir se volverá a retomar el lugar e importancia que tiene el conocimiento de hacer algo a mano a lo que hemos llamado arte y a los que lo producen que le llamamos artesanos....GRACIAS A LOS QUE APOYAN A TODOS LOS ARTESANOS (D, Facebook, 2021).

En la fase cuatro de la pandemia, prácticamente todas las unidades económicas de la región podían operar nuevamente. En consecuencia, surgieron negocios nuevos, algunos conocidos como colectivos²⁹ en los cuales los artesanos de Rosarito estuvieron experimentando al dejar sus artesanías, principalmente en el Valle de Guadalupe, Ensenada, Rosarito y Tijuana. Hasta este momento esta opción ha sido poco viable para los artesanos.

También en esta fase comenzaron a realizarse eventos de motivación, arte, cultura, emprendimiento y artesanía. A pesar de que dichos eventos eran públicos, no estaban catalogados como masivos. En algunos casos se realizaban en sedes particulares como restaurantes, galerías, salones de conferencias y ranchos. A estos eventos asistían principalmente los artesanos de trayectoria híbrida.

²⁹ Los colectivos son tiendas de artículos varios, su modelo de negocio es, que artesanos, manubalistas, emprendedores o personas que invierten en algún producto rentan repisas para exhibir dichos productos o que lo dejen a consignar y al venderlos el colectivo cobra entre el 15% y el 35%.

El 4 de septiembre de 2021, los artesanos orfebres de Rosarito en alianza con los dueños de un café a la entrada del Valle de Guadalupe, donde los fines de semana se organizan “*Farmers Market*” y la comunidad americana de la zona acostumbra a asistir para vender y comprar productos regionales, organizaron un evento de mayor magnitud al cual denominaron “*Mexican Fest*”. Este evento hizo alusión a las comidas y trajes típicos de los lugares de donde provenían los artesanos y los proyectos gastronómicos. Se incluyó un programa artístico para todo el día, el cual contempló bailes típicos de varias regiones de México y música versátil en vivo. Este evento, a decir de los organizadores, fue todo un reto pues implicó introducir maquinaria para preparar el terreno, montar el escenario, habilitar tendido eléctrico subterráneo, contratar el programa cultural, hacer *marketing*, lograr afluencia de público, pero, sin duda, el reto más grande fue lograr la confianza de artesanos de la región para invertir en este evento. El artesano orfebre dice que el resultado fue:

Bueno, en el sentido de qué fue una muestra en los hechos de qué los negocios artesanales siguen vivos, pudo haber sido mejor, pero decidimos arriesgarnos porque los contagios de COVID aún eran muchos, el semáforo continuaba en rojo, pero nos animamos porque ya teníamos experiencia organizando eventos masivos y lo único que podíamos perder era tiempo, dinero, pero ganaríamos experiencia y presencia. Lo que realmente nos preocupaba y fue nuestro enfoque principal, que nuestros compañeros artesanos no perdieran ni la fe, ni su dinero. (D, comunicación personal, 2022).

El 27 y 28 de noviembre de 2021 se organizaba una “expo holística” en un hotel de renombre en Tijuana. En este evento, los artesanos orfebres de Rosarito participaron con su joyería artesanal y minerales unitarios. Cabe señalar que esta Expo se presenta en otros estados de la república mexicana. Esta Expo, trajo a los artesanos de Rosarito que continúan existiendo la oportunidad de incorporar a los negocios artesanales una nueva actividad económica que consiste en la venta de artículos holísticos artesanales (copal, inciensos, sahumadores y minerales grabados con motivos holísticos).

El 08 de noviembre de 2021, llegó el día tan esperado, se restablece el cruce de turismo a los Estados Unidos. Por tanto, ahora los artesanos de Rosarito podían cruzar la frontera para realizar sus entregas de manera personal o ponerlas en el correo postal americano. Es hasta el 02 de enero de 2022 que se presentan la oportunidad de llevar sus artesanías a California, esto para participar en el *Farners Marquet* en el centro Los Ángeles.

La artesana de Rosarito, al igual que otros artesanos, declara que dejar la artesanía no fue, ni es una opción. También menciona que, aunque “no le tengo miedo al trabajo, ya fui jornalera, empleada doméstica, obrera y por eso defendiendo derechos, [...] la artesanía también es un derecho y parte de mi vida desde niña. ¡No la voy a dejar!, por eso sigo vendiendo como puedo (L, entrevista, 2022).

Así, este negocio, con muchas preguntas sobre cómo enfrentaría los retos que la pandemia le presentaba y con pocas respuestas al respecto, transitó a la fase dos de la pandemia de COVID-19. Para este negocio, el saber que la pandemia estaba en México, que ahora el virus se estaba transmitiendo de persona en persona, que se hacía efectivo el cierre de las actividades económicas no esenciales, y se prohibía la concentración de personas tanto en lugares abiertos como cerrados “fue un impacto grande, porque estaba en riesgo la vida del negocio que con tanto sacrificio hemos mantenido y estaba en riesgo la vida de nosotros como personas artesanas” (L, entrevista, 2022). Además, la dueña de este negocio menciona que:

Después de saber [...] varias historias horribles en la maquila y en otros lugares, [...] no estoy dispuesta a buscar un patrón para que violen mis derechos. No estoy dispuesta a invertir mi esfuerzo y tiempo para cumplir el sueño de un patrón. Por ejemplo, trabajadores de una maquila de esencias en Tijuana me platicaron y también salió en las noticias, [...] que, a pesar de no ser una empresa esencial, obligó a los trabajadores a continuar produciendo bajo la amenaza de que si no se presentaban serían despedidos sin su finiquito. Ellos llamaron a la Secretaría del Trabajo, pero nunca llegó. Por el terror de contagiarse por no tener las medidas que el gobierno indicó y estar trabajando codo a codo, llamaron a una delegación. Cuando la policía llegó, los patrones encerraron a trescientos trabajadores en cajas de tráiler, pero uno de ellos llamó para avisar que los tenían secuestrados. Por eso digo, ¡No gracias, para ir a pasar, por cosas como esas, mejor busco cómo seguir con mi emprendimiento! (L, entrevista, 2022).

Cabe mencionar que la dueña de este negocio se sumó a cerca de sesenta grupos de *Facebook* de intereses diversos, en los cuales encontró otro negocio en el que ofrecía lo que consideraba era del interés de los miembros de cada grupo. Las artesanías las promovía como venta y el resto de los bienes disponibles, como plantas que cultivaba en su hogar, verdura, utensilios de cocina, ornamento de hogar, ropa, calzado, etc., estaba dispuesta a realizar trueque, —intercambio de productos por productos—. Ella asegura que privilegiaba el intercambio de productos higiénicos y de limpieza, porque durante el año 2020 y 2021 no tuvo que comprar este tipo de artículos.

En el caso de estos dos últimos artesanos de Rosarito, coinciden en que simultáneamente a desarrollar los nuevos negocios, continuaban las ventas de artesanía por medios digitales. Cuando estos artesanos lograron obtener pedidos de artesanía, si los clientes eran en la región de estudio lo entregaban a domicilio o en puntos medios que acordaban previamente con el cliente y si el envío debía realizarse a otro estado de la república lo enviaban por paquetería privada o por el correo postal mexicano previo acuerdo con el cliente.

Sin embargo, la complicación surgió cuando los clientes solicitaban que las artesanías se enviaran a algún domicilio en los Estados Unidos. Debido a que estos artesanos orfebres no podían cruzar la frontera. Para enfrentar dicha situación, se dieron a la tarea de crear una red de apoyo con ciudadanos o residentes de los Estados Unidos, para que ellos cruzaran la frontera y entregaran personalmente al cliente o en su caso depositaran los pedidos en algún correo de San Ysidro o Chula Vista, California.

Por su parte la artesana de orfebrería y macramé de Rosarito ofrecía a sus clientes la posibilidad de hacer artesanías con la técnica de bordado, crochet y urdimbre. Estas técnicas las aprendió de niña, pero antes de la pandemia ya no las utilizaba, porque argumenta que en Baja California y California las personas prefieren en mayor medida comprar joyería, además de que los trabajos en bordado y crochet son menos cotizados. No obstante, dijo “Pues, ahora como la situación es tan difícil. Voy a echar mano de todo lo que sé, [...] Incluso si me piden algo de costura voy a echar andar nuevamente mis máquinas” (L, entrevista, 2022).

La misma artesana de Rosarito, en esta fase de la COVID-19, realizó una alianza con doce colectivas feministas, para organizar lo que llamaron “Festivala vegana”, la sede era la asociación civil Ollin Calli. Estos eventos fueron organizados para generar “sororidad” entre mujeres cocineras, artistas, artesanas, etc.; además de comercializar la comida vegana, se ofrecía asesoría sobre derechos de las mujeres, derechos laborales, se realizaban reuniones feministas, se comercializaban artículos *vintage*, artículos de arte, cultura y artesanía. Probablemente surge interés de saber ¿Cómo le hicieron, si por acuerdo federal no se permitía la aglomeración de personas? De la lista mencionada, lo único que se podía comercializar eran los alimentos, pues en la región permanecía el semáforo en rojo, al respecto la artesana narra:

Entre nosotras nos cuidábamos, les decíamos a nuestras compañeras: “si, no planean quedarse a comer en la festivala, hagan sus pedidos, nosotras se los tenemos listos para que solo pasen por ellos”. Cuando pasaba la policía nos dispersábamos, cuando los inspectores llegaron a pedir el permiso de operación, la asociación civil mostró su acta constitutiva, y dijo que estaban haciendo actividades para el bienestar de la comunidad. (L, entrevista, 2022).

En Baja California, al pasar los meses se observó el relajamiento de las medidas preventivas, aun estando en semáforo rojo oscuro. Al respecto la artesana de Rosarito recuerda:

Yo iba y venía casi todos los días a Tijuana y Rosarito, donde andaba siempre había mucho movimiento, aunque en las noticias decían que estábamos en semáforo rojo, eso era como una broma, las autoridades decían que estamos en rojo, yo trataba de actuar como en amarillo, pero en las calles y los mercados era totalmente verde. (L, entrevista, 2022).

Ahora el panorama era distinto, los emprendimientos habían enfrentado el reto de encontrar la manera de continuar con sus negocios artesanales aun siendo no esenciales, ya habían pasado por un proceso de reflexión, de cambios y de aprendizajes. En este sentido, los artesanos de la trayectoria híbrida coinciden en que había una necesidad generalizada de salir e interactuar. Incluso en esta fase se identificó el surgimiento de nuevos emprendimientos artesanales, al respecto la artesana de Rosarito comenta:

“Vimos surgir nuevos negocios artesanales, por ejemplo, en Rosarito una mujer que hace velas con cera de soya, en Tijuana una mujer que hace mini jardines de cerámica fría, etc., nosotros que pasamos momentos rete difíciles, para apoyar a nuestras compañeras compartimos lo que aprendimos y pasamos *tips* de cómo hacerle”. (L, entrevista, 2022).

Por su parte, la dueña del negocio de cestería ubicado en territorio Kumiai, comparte que tristemente debido a la pandemia de la COVID-19 ya no fue contratada en ningún viñedo y como se cancelaron los eventos masivos de arte y cultura donde acostumbraba a comercializar las artesanías, se angustió al perder sus fuentes de ingresos. Para reactivar sus ingresos, se dio a la tarea de investigar que actividades eran esenciales y salió a buscar alternativas; consiguió un espacio para promoción y venta de sus creaciones artesanales en el restaurante de una vinícola en el Valle de Guadalupe. De esa manera en la fase dos de la COVID-19 le fue posible conservar el ingreso que percibía del negocio artesanal.

Durante la tercera fase los artesanos al estar inmersos en la realidad social dedujeron que era momento de reinventarse, de buscar nuevos modos de interactuar y de hacer llegar las artesanías a los clientes. Ahora cada uno de los emprendimientos artesanales se abocó en delinear las acciones estratégicas para continuar en el mercado. Un ejemplo de ello es que la artesana kumiai que trabaja con la técnica de cestería junto con su familia —que también se

dedica a la elaboración de cestería— crearon un grupo llamado en idioma Kumiai “*Jakutay*”, que en español significa agua grande. Este grupo se organizó con el objetivo de realizar promoción y venta de artesanías, con esto se pusieron en contacto con clientes y personas solidarias a esta etnia, para que les ayudaran en la promoción y comercialización de sus creaciones. El efecto obtenido lo narra así:

Gracias a que mi mamá, que para entonces era una persona muy conocida en el medio artesanal, [...] porque ha ganado premios nacionales de “gran maestra artesana”, [...] le han hecho documentales, incluso ha sido Jurado para dar otros premios y ha participado en muchos eventos explicando nuestra cultura y nuestra artesanía, [...] pues tuvimos muy buena respuesta cuando pedimos ayuda. La gente de Estados Unidos y México que se quería solidarizar con nosotros organizaba grupos para que llegaran a nuestro rancho a ver cómo vivimos, cómo hacemos la artesanía y pues nos compraban.

La artesana Kumiai comparte que en esta fase de la COVID-19, surgió oportunidad de una nueva actividad económica, se trataba de trabajar en una escuela, enseñando a los niños sobre la cultura kumiai. Al respecto dice:

Salió esta oportunidad de enseñar a niños sobre mí cultura, eso es bueno porque, aunque no se trata de hacer y vender artesanía, al menos, que se sepa de platicada las tradiciones kumiais, [...]. Los niños aprenden y yo tengo un pago por eso. (R, entrevista, 2022).

6.2.3.4 Los negocios artesanales híbridos en la “postpandemia”

Esta fase, que es el “fin de la epidemia”, implica la recuperación de todas las actividades y la enfermedad se convierte en estacionaria. Por su parte el gobierno mexicano, en la conferencia de prensa del 26 de abril de 2022, a través del Subsecretario de Prevención y Promoción de la Salud declara: “En México estamos cerrando el ciclo epidémico y transitando al estado endémico” (Conferencia secretaria de Salud, 2022), esto significa que la enfermedad de covid-19 permanece en su modalidad estacionaria.

Los artesanos que en pareja tienen el negocio de artesanía en alambriero, combinado con manualidades y bisutería, recuperaron su espacio en los jardines del palacio municipal de Tijuana. Asimismo, los artesanos que también utilizan la técnica de alambriero para elaborar joyería para dama y caballero, permanecen los fines de semana en el corredor paralelo al parque principal de Tecate, junto con otros artesanos de Tijuana y del municipio en cuestión. Por su parte, los artesanos orfebres de Rosarito retornaron su participación en el “tianguis de La Raza” en San Diego; están experimentando en el “San Diego vintage flea market”; y participaron en tres eventos en los Ángeles california, el primero en el centro de esa ciudad, el segundo y tercero

en la Placita Olvera³⁰, en enero del 2021 y noviembre de 2022 respectivamente. Además, continúan investigando cómo incorporar aún más las herramientas digitales en el negocio artesanal.

El orfebre de Rosarito ahora recibe pedidos considerables para un proveedor de galerías en San Diego. Además, este negocio continúa investigando y aprendiendo para seguir innovando; así mismo se encuentra trabajando en sociedad con otro negocio artesanal en Rosarito con el fin de abrir un jardín de arte, cultura, artesanía y solidaridad para el gremio artesanal. Esto incluye la rehabilitación de la A.C. México Artesano.

El regreso a las actividades económicas en la “nueva normalidad” ha permitido que los emprendimientos artesanales del corredor turístico Tijuana-Ensenada, se posicionen en eventos importantes y ganen mayor presencia en el mercado. Ejemplo de lo anterior, es que la artesana Kumiai, en la “Expo nativa”, celebrada el 22 de agosto de 2022, obtuvo el primer lugar del concurso artesanal a nivel estatal con un sawil de fibras naturales —plato grande— con representaciones de la cosmovisión de la comunidad a la que pertenece.

En la imagen 6.11 la artesana Kumiai se encuentra portando su Sawil nombrado “Las tres generaciones” Bisabuela, Abuela y madre, el cual fue elaborado a base de fibra vegetal de junco y teñido con plantas medicinales. Esta pieza fue adquirida por un antropólogo que ha conocido a cuatro generaciones de la familia.

³⁰ Área geográfica en la que emergió la ciudad de Los Ángeles California.

Ilustración 6.16. Sawil: Las tres generaciones.



Fuente: Fotografía tomadas durante el trabajo de campo (2022)

Para finalizar con esta trayectoria, se destaca que todos los negocios artesanales clasificados como híbridos continúan con las diversas actividades descritas anteriormente, están recuperando los aprendizajes obtenidos durante la COVID-19, se encuentran implementando algunas estrategias y continúan haciendo planes para fortalecer las unidades económicas artesanales. Asimismo, coinciden en que ahora hay tantas opciones para vender su artesanía que tienen que descartar algunas de ellas. Generalmente el criterio para descartar eventos es: eliminan los más costosos y/o los que se organizan en plazas que los artesanos ya ubican como complejas para que lleguen clientes.

En resumen, las trayectorias híbridas muestran que ante los retos que ha implicado la COVID-19, la voluntad de continuidad de los dueños de estos negocios ha jugado un papel muy importante, pues aquí se puede observar que la vocación y el compromiso que tienen les ayuda a estar en alerta para generar sus propias y muy diversas oportunidades. Además de, en la medida de sus posibilidades, apoyar a otras unidades económicas artesanales.

En esta trayectoria se observa que si bien, las utilidades de ninguna de estas unidades económicas representan el cien por ciento de los ingresos de sus dueños si es un complemento

a la economía de éstos y les permite continuar con el negocio artesanal, el cual, por decisión propia, es su prioridad.

A través del análisis de las trayectorias híbridas de estos negocios artesanales se puede deducir que la autodeterminación y vocación es un elemento que influye para que estos negocios continúen desarrollando capacidades que favorezca el crecimiento de su red de apoyo, así como capacidades de autoaprendizaje, innovación y capacidad de agencia. En conjunto, estas capacidades los convierte en negocios artesanales resilientes.

6.2.4. Los negocios artesanales en la trayectoria resiliente

Con el propósito de conseguir un análisis adecuado se debe recordar que, en la definición de la trayectoria resiliente, se encuentran los negocios artesanales que transitaron por todas las fases de la COVID-19 y que no pausaron en ninguna etapa de su actividad, es decir que continuaron diseñando, produciendo, promocionando y vendiendo artesanías. Su distintivo exclusivo es que estos negocios encontraron la forma de continuar con la actividad económica sin pausa alguna y sin tener que incorporar alguna actividad nueva, que no se tratara del rubro artesanal.

La trayectoria denominada como resiliente, tiene como momento crucial, la fase en que se ordenó el cierre de las actividades no esenciales. Aunque esta trayectoria puede tener analogía con la trayectoria híbrida, la particularidad que distingue a una y otra es que la híbrida para lograr transitar la pandemia tuvo que incorporar alguna nueva actividad económica distinta a la artesanal y la trayectoria resiliente durante la pandemia no incorporó ninguna nueva actividad distinta a la artesanal. Es pertinente aclarar que en el caso de que algún negocio sumara alguna otra actividad económica, esta actividad también pertenece al ramo artesanal y en los casos, en los que los negocios artesanales continuaron desarrollando actividades no artesanales, estas actividades ya las realizaban en el momento previo a la pandemia.

En la trayectoria resiliente se generan preguntas como: los negocios de esta trayectoria, ¿cuentan con un perfil particular? ¿qué acciones estratégicas realizaron para continuar en el mercado durante la pandemia? ¿cómo implementaron esas estrategias? ¿incorporaron alguna otra actividad artesanal?, en el caso de que hayan sumado otra actividad artesanal ¿cuál fue? ¿cómo les benefició? y ¿la continúan desarrollando?

Naturalmente, vale la pena comprender, qué, y cómo le hicieron, es decir, cuáles fueron las estrategias y acciones que siguieron estos negocios para permanecer durante toda la pandemia. Se debe poner mayor énfasis en el momento preciso en que se ordenó el cierre de los negocios no esenciales, pues a no aparecer en la lista de esenciales, por lógica debieron cerrar la actividad, lo cual no ocurrió. Esto es crucial, incluso, aunque las estrategias sean coincidentes con alguna de las otras trayectorias, pues en el caso concreto de las trayectorias resilientes les permitió continuar, como previamente ya se mencionó, sin pausa alguna y sin la incorporación de algún nuevo negocio que no pertenezca al ramo artesanal.

La distinción de la caracterización de esta trayectoria se hará en tres facetas principales: la primera hace referencia al perfil de los negocios pausados, la segunda a qué hicieron estos negocios para continuar y la tercera a cuáles son los factores que ayudan a comprender la trascendencia de esta trayectoria. Adicionalmente se pretende entender cómo influyó la COVID-19 en la actividad actual de estos negocios.

6.2.3.1 Perfil de los negocios resilientes

En la trayectoria resiliente se ubican diez unidades económicas artesanales, de las cuales, sus dueños, ocho migraron a la región de estudio y sólo dos son oriundas de Ensenada. Estas dos últimas pertenecen a la etnia Kumiai, una habita en la reserva de San José de la Zorra y la otra en la Huerta. La instrucción escolar concluida las personas artesanas de este grupo de trayectorias es una con primaria, cuatro con secundaria, cuatro con preparatoria y una con universidad, esta última es la única persona que blablá el idioma inglés. Respecto a la ubicación de estos negocios artesanales cuatro están ubicados en Tijuana, dos en Rosarito y cuatro en Ensenada. Las características de cada uno de ellos son las siguientes:

- De los negocios artesanales ubicados en Tijuana.

El primer negocio de Tijuana se trata de la artesanía identificada como medicina wixárika³¹, esta artesanía también conocida como “*joyería huichol*” utiliza la técnica de urdimbre en chaqira o técnica huichol. En palabras de la artesana “Decimos medicina porque

³¹ Joyería en técnica de urdimbre, con chaqira formando representaciones de la cosmovisión de la etnia Wixárika, en español conocida como Huichol.

en realidad eso es para nosotros. Quien sabe de los símbolos, [...] como el hikuri que nos cuida, protege y cura. Quien no lo entiende lo ve cómo joyería, pero para nosotros es, ¡nuestra medicina!”. La artesana Wixárika tiene trece años radicando en Tijuana, su negocio artesanal tiene veinte años y la combina con la elaboración de ungüentos medicinales, ceremonias de hikuri y temazcales.

La segunda unidad económica artesanal es la que utiliza la técnica de bordado y crochet, sus artículos principales son piezas para cocina y ornamento. La artesana es originaria de Guadalajara, tiene treinta y tres años radicando en Tijuana y doce años con su negocio artesanal, este lo combina con ventas por catálogo y trabajos temporales de demostradora en tiendas de cadena.

El tercer negocio artesanal es de talabartería y su producción principal es la de mocasines artesanales. Es un negocio familiar con 65 años aproximadamente de antigüedad, su fundador no recuerda exactamente la fecha en que inició el negocio, pero recuerda que inició cuando tenía alrededor de 25 años de edad; la marca lleva el taller de su fundador. Cabe mencionar que hace diez años se integró al negocio una mujer de la familia, ella realiza la labor de mercadotecnia y comercialización en eventos masivos. Esta artesana es originaria de Jalisco, tiene treinta y nueve años en Tijuana, de los cuales diez años ha producido talabartería artesanal. Además, cuenta con un local conocido como colectivo en el centro de la ciudad, el cual es uno de los puntos de venta de los artículos artesanales que elabora. Durante la observación no participante, el fundador, mientras orgulloso y feliz mostraba su taller, asegura que:

El trabajo artesanal en pieles, para mí, siempre ha sido un protector para cada caída que he tenido, es un bálsamo para el desánimo que luego pasa por aquí [...] y un guardián que me ayuda a huirle a los malos hábitos y los vicios [...]. El trabajo me ha forjado el carácter, la persona que soy. Yo no sería lo que soy sin mi taller. Aquí no hay domingos, ni días feriados, ni los necesito. Aquí no hay pandemia, [...] solo mucho compromiso y hartas ganas de salir adelante y ayudar al prójimo. (Fundador de negocio de mocasines, comunicación personal, 2022).

El cuarto negocio de artesanías utiliza las técnicas de tricot y crochet, los artículos primordiales son amigurumi y de vestimenta. La artesana es originaria de Ciudad de México, tiene veintitrés años radicando en la ciudad y cinco años con el negocio artesanal.

- De los negocios artesanales ubicados en Rosarito:

El primer negocio de esta trayectoria ubicado en Rosarito es el que elabora joyería en técnica de filigrana y macramé. El artesano utiliza diversos metales y minerales, es originario de El Salvador, ha vivido por doce años en Tijuana, actualmente tiene dos años radicando en Rosarito, es papá soltero y tiene quince años con su negocio.

La segunda unidad económica ubicada en Rosarito se dedica también a la elaboración de joyería, en la técnica de micro-macramé con minerales y lapidaria. El artesano es originario de Guadalajara, tiene treinta años radicando en Rosarito y siete años con su negocio artesanal.

- De los negocios artesanales ubicados en Ensenada:

El primer negocio artesanal ubicado en Ensenada es el que produce artesanía en cuero, la principal producción es mandiles, bolsos y accesorios. Su antecedente es un negocio familiar con más de veinte años como peletería, que después se transformó en talabartería y hace cuatro años la artesana creó el negocio artesanal en cuero. Ella es originaria de Sonora, con treinta y ocho años radicando en Ensenada.

El segundo negocio se encuentra ubicado en la Reserva Kumai de La Huerta, lugar de donde la artesana es oriunda. Este negocio artesanal cuenta con veinte años de antigüedad y en él se elabora primordialmente joyería y broches para el cabello en la técnica de cestería de fibras naturales, naturaleza muerta y plantas nativas; además comercializa las plantas de moronel, salvia y rama santa.

La tercera unidad económica de Ensenada también elabora cestería con fibras naturales; está ubicada en la reserva Kumiai San José de La Zorra; la producción principal consiste en la elaboración de *sawil* —plato grande—, *jilú* —olla o cesto—, *mikuj* —gorro tradicional— y joyería. La artesana es oriunda de esta reserva, el negocio tiene veinticinco años, es de las primeras personas de esa reserva que iniciaron a comercializar la artesanía hace

veinticinco años. La artesana es conocida por su participación en mini documentales, foros y conferencias relacionados con la Cultura Kumiai, así como por ganar diversos premios y galardones a nivel estatal y nacional. Ella es reconocida como “Gran maestra artesana,” Por el Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART)³².

El último negocio de Ensenada es el de lapidaria de ónix. Es un negocio familiar, cuya producción de mayor relevancia es la escultura en ónix para ornamento y joyería. El artesano dueño de este negocio, heredó de su padre el conocimiento de lapidaria, tiene cuarenta y ocho años con este negocio, es originario de Puebla y tiene 23 años radicando en el municipio.

En este grupo se identifica que todos los negocios artesanales clasificados dentro del mismo tienen más de doce años radicando en la región, por lo que se deduce que conocen bien la dinámica de la región de estudio. De este grupo, solo cuatro personas se auto adscriben en una etnia, dos personas son de la zona de estudio y la tercera es del centro del país. Seis dueños de estos negocios refieren que su único ingreso proviene de la actividad artesanal, dos personas más obtienen ingresos extras de otras actividades económicas, una artesana percibe ingresos por parte de su esposo y otra obtiene ingresos tanto de familiares como de pensión. La antigüedad de los negocios es heterogénea pues oscila entre los 4 años y 48 años.

En el momento previo a la pandemia solo cuatro negocios de esta trayectoria participaban en eventos masivos. Una coincidencia evidente es que los diez negocios artesanales, adicional a elaborar otros artículos, elaboran joyería en las técnicas que cada uno utiliza. De esta trayectoria siete negocios, en el momento previo a la pandemia, no contaban con local comercial, cuatro negocios son unifamiliares y seis con unipersonales.

Durante la observación participante se identificó la alta resistencia a quedarse en casa por parte de este grupo, en parte por la precariedad en la que se desarrollan los negocios

³² El FONART es un fideicomiso público del Gobierno Federal, administrado por la Secretaría de Cultura, fundado en 1974 el cual surgió como una “respuesta a la necesidad de promover la actividad artesanal del país y contribuir a la generación de un mayor ingreso familiar de las y los artesanos, mediante su desarrollo humano, social y económico”. (FONART, 2022)

artesanales y la falta de apoyo a este sector, pero también por la automotivación y la vocación de las personas artesanas que dan vida a las unidades económicas artesanales. En este estudio se vislumbra que ser artesano indómito, con tantos años en el ramo y experiencia acumulada, son características que contribuyen a la permanencia de los negocios artesanales. Esta información será analizada con mayor detalle a lo largo de las trayectorias resilientes.

6.2.3.2 La estrategias y áreas de oportunidad de los negocios resilientes

En el momento en que se comenzaron a delinear las acciones preventivas y se invitaba a la población no salir de casa si no era necesario, para seis de los dueños de los negocios artesanales de esta trayectoria no era una opción dejar de comercializar artesanía. Por lo tanto, la preocupación radicaba en cómo continuar con la comercialización artesanal, pues nueve de las unidades económicas artesanales dependen de la interacción con personas en locales abiertos al público, eventos masivos o personas en áreas públicas.

Solo el negocio de micro macramé ubicado en Rosarito refiere que su negocio no depende de tener contacto presencial con sus clientes, pues narra que el atiende a sus clientes por internet. Explica: “mis clientes son personas que voy conociendo en los viajes que hago, por eso no importa dónde estoy, ellos me contactan y desde donde esté hago los envíos, la mayoría son de Estados Unidos” (K, entrevista, 2022). Cabe mencionar que de este grupo él es el único artesano hablante del idioma inglés.

Ilustración 6.17. Macramé con minerales.



Fuente: Fotografía tomadas durante la observación no participante (2022).

Un ejemplo que muestra la resistencia a quedarse en casa por parte del resto de dueños de los negocios de esta trayectoria es el que relató la artesana wixárika, quien tiene veinte años que elabora artesanías en técnica huichol y que durante todo este tiempo sus puntos de venta han sido lugares públicos y ceremonias sagradas en Baja California y Nayarit:

Yo no podía quedarme en casa, no podía dejar de vender mis artesanías, [...] porque de esto vivo, es parte de mi cultura y parte de mi vida. Yo pensaba y pensaba “Ahora tengo que pensar, ¿cómo, [...] le voy a hacer para seguir vendiendo? Porque, dejarlo no, pos eso no, nunca ha sido un plan. (C, entrevista, 2022).

El miércoles 18 de marzo lamentablemente ocurren los primeros dos fallecimientos confirmados por la COVID-19 en México. El primero en la Comarca Lagunera, Durango, y el segundo en la Ciudad de México. Para los negocios artesanales estos decesos pusieron de manifiesto que se avecinaban tiempos difíciles en el país. La preocupación por el bienestar familiar y la economía de los negocios artesanales fue creciendo día con día, En este sentido, con el propósito de conservar el sentido fiel de como las personas artesanas y sus emprendimientos vivieron estos momentos, se recurre a la siguiente narración:

¡Ay, no! De veras, todo ha sido tan horrible. De los primeros días me acuerdo que todo era incertidumbre, angustia y miedo porque en la tele decían que tratáramos de no salir de la casa, y entre nosotros, los artesanos, comentábamos: “¿Cómo nos vamos a quedar en nuestra casa, si de esto vivimos?”. Y nos preguntábamos: “¿De qué vamos a vivir?”. Yo seguí saliendo a donde podía, pero cuando ya de plano me puse muy nerviosa, y me asuste mucho, fue cuando se anunciaron los primeros muertos, [...] creo, uno en México y otro en Durango, ahí comencé a pensar: “¿Y si esa enfermedad llega aquí? ¿Cómo voy a salir a trabajar? ¿Cómo voy a hacer para no contagiarme andando en la calle? ¿Qué va pasar con los eventos a los que ya me comprometía ir? Y ¿qué va a pasar con el dinero que ya pagué en algunos eventos?”. (T, entrevista, 2022).

Aun con las dificultades antes narradas, los negocios artesanales encuadrados en la tipología resiliente, ubicados en el corredor turístico Tijuana-Ensenada, lograron continuar con el proceso de diseño, elaboración y comercialización de artesanías. Para ello, comenzaron a moldear las estrategias que seguirían para enfrentar la COVID-19.

Ocho de las unidades económicas artesanales al inicio de la pandemia imaginaban que ésta duraría de uno a tres meses. Con esa idea en mente, todos coinciden en que una de sus estrategias fue priorizar el contacto con sus clientes y tomar la mayor cantidad posible de pedidos. Así mientras pasaban la pandemia, ellos se visualizaban elaborando los pedidos especiales y entregando a domicilio o mediante previa cita. En este sentido, la artesana de Ensenada que elabora artesanías en cuero relata: “Yo, las primeras semanas estuve sacando los pedidos que ya tenía, y aunque al inicio de la pandemia no tenía muchos pedidos, cuántímenos ya los clientes llegaban por sus pedidos y a veces encargaban o compraban algo más” (I, entrevista, 2022).

El artesano que elabora joyería en filigrana en Rosarito, que es originario de El salvador, informa que al inicio de la COVID-19 radicaba en Tijuana y él acostumbraba a vender en Playas de Tijuana en la modalidad conocida como “parchar”, esto significa colocar una manta en el piso y sobre ella exhibir las artesanías. Este artesano narra:

Yo y otros compañeros todavía pudimos tendernos en Playas de Tijuana el primer mes, [...] que decían que había llegado a México el virus, pero nos asustaron mucho en las noticias. Decían que, que tal vez en México íbamos a vivir como, [...] lo que estaba pasando en China y en otras partes del mundo. Entonces yo que soy papá soltero y que estaba preocupado por mis hijos, [...] porque no soy de este país y no tengo quien los cuide. Además de que, donde vivía había mucha violencia. A cada rato había balazos, entonces pensé “Y si me voy a Rosarito”. (E, entrevista, 1qw2edsw).

El momento de mayor incertidumbre para estos negocios artesanales fue cuando se ordenó el cierre de las actividades económicas no esenciales. En consecuencia, los negocios artesanales del corredor turístico Tijuana-Ensenada tuvieron que tomar decisiones para subsistir y por ende accionar diversas estrategias para permanecer en el mercado. Estas estrategias se describen en los párrafos siguientes.

Por su parte la dueña del negocio de mocasines de piel y gamuza comenta que, durante la COVID-19, para un número importante de artesanos han sido de alto valor los eventos que se realizan en la región, los cuales no dependen de la autorización de autoridades gubernamentales, más bien de guías espirituales, jefes étnicos o autoridades comunitarias. Ella enfatiza, particularmente, en los retiros de una semana conocidos como la “danza de equinoccio de primavera y solsticio de verano”, evento al que también se hizo referencia en el grupo de trayectorias híbridas.

Ese evento en específico tiene lugar en una reserva Kumiai en Tecate y es organizado por grupos que pertenecen a la “iglesia nativa” y grupos que siguen el “camino rojo”. En este encuentro se realizan “búsquedas de visión, ofrendas a la tierra, temazcales, danzas, compartición de saberes, cocina comunitaria y vendimia de productos orgánicos, elementos ceremoniales y artesanías” (T, entrevista, 2022). La autorización es otorgada por “*el Tata Kachora*” quien es reconocido como un guía de dicha etnia. Al respecto la dueña del negocio de mocasines continúa narrando:

Pues a mí una cosa que en el COVID me ayudó mucho, fue que se siguieron haciendo las danzas del Tata, [...] porque, pues así, la mayoría de mis clientes de mocasines son los danzantes y personas del camino rojo. Bueno, bueno nada más se suspendió la de verano del 2020, pero en primavera de ese año y el 2021, también del 22 se hicieron, aun con la pandemia se hizo, yo no faltó porque eso me aliviana mucho. (T, entrevista, 2022).

Se debe recordar que aun con la pandemia fue posible la realización de estos eventos porque a ellos no ingresa ni la policía ni la guardia nacional mexicana. También se hace la precisión que en estos eventos acostumbran a participar los negocios artesanales que son parte de las distintas trayectorias aquí estudiadas. Así, en estos eventos participaron un negocio de la trayectoria pausada, cuatro de la trayectoria híbrida y dos de la trayectoria resiliente.

Las palabras de la artesana Kumiai coinciden con la narrativa de la artesana de la cultura Wixárika, quien antes de la pandemia realizaba ceremonias y temazcales, eventos en los que también comercializa la artesanía que elabora. Sus palabras fueron:

Nosotros durante toda la pandemia seguimos haciendo nuestras ceremonias y temazcales en nuestro ranchito, los americanos lo pedían porque se desintoxican y les ayuda a estar fuertes para que no les entre el virus y pues ahí también siempre pongo a la venta lo que tengo y siempre me hacen encargos. (C, entrevista, 2022).

Todos los negocios artesanales mencionan que durante la primera fase de la pandemia vivieron el proceso de aceptar la existencia de la COVID-19. Aún con la incertidumbre, preocupación, y sin saber a cabalidad las acciones que iban a tomar, pero con la decisión firme de continuar con su negocio artesanal, el tiempo no se detuvo y pasaron a la segunda fase de la pandemia.

El negocio de artesanía huichol, el de cestería de San José de la Zorra, el de mocasines y el de tricot, los cuales antes de la pandemia realizaban comercialización de sus artesanías en eventos masivos, se vieron afectados por la cancelación de estos. En respuesta a este obstáculo, los artesanos de esta trayectoria se dieron a la tarea de contactar a sus clientes principalmente por Facebook y WhatsApp; también se contactaron con familiares, amistades, conocidos y personas solidarias que ellos identificaban y les solicitaron apoyo en dos sentidos. La primera solicitud era que les apoyaran con la promoción de sus productos tanto de forma personal, como por redes sociales electrónicas y la segunda solicitud era dirigida a residentes y ciudadanos de los Estados Unidos, con el objetivo de que les apoyaran con llevar las artesanías a las sucursales de correo en San Ysidro y Chula Vista, California.

Mientras tanto la elaboración de artesanías la realizaban en sus viviendas, ocho de los diez negocios refirieron que continuaban produciendo la misma cantidad que antes de la pandemia. Como menciona la dueña del negocio de tricot y crochet, “como no se podía salir, yo producía a lo loco, hacía de cuenta que no está pasando nada, producía cómo si el fin de semana tuviera un evento, las fotos de lo que terminaba las subía al Facebook y las mandaba a mis contactos” (U, entrevista, 2022).

El negocio artesanal de artículos bordados para el hogar y la cocina revela que para continuar la comercialización de las artesanías fue importante su red de apoyo, la cual está conformada principalmente por familia y amistades. Al respecto relata:

Que como le hice para continuar, pues, fue que me puse en contacto con mis amistades, mi familia y hasta mis hijos les decían a sus conocidos lo que yo hacía. Ellos decían que sí necesitaban algo ellos o algún conocido [...] yo se los podía hacer. Por ejemplo, mis hijos lo que también hacían era [...] compartir en sus redes sociales, y pues así me hacían pedidos. (F, entrevista, 2022).

Ilustración 6.18. Crochet y bordado.



Fuente: (F, Facebook, 2021).

En relación con la materia prima, durante la fase dos y tres de la pandemia, la mayoría de los artesanos de esta trayectoria refirieron que continuaron trabajando con lo que tenían de reserva y en otros casos la solicitaban por internet o vía telefónica y les llegaba a sus domicilios. Además, algunos proveedores locales atendían por citas y los artesanos acudían físicamente, tal es el caso de la artesana que elabora bordados.

Aunque no es lo mismo ir y buscar los materiales uno mismo, [...] elegir los tonos que ocupas de hilos, cualquier accesorio que necesites para tus labores. Después pusieron la modalidad de hacer los pedidos por Facebook y te los llevaban a tu casa. Algunas tiendas donde yo acostumbraba comprar, aunque las tenían encerradas, pusieron la modalidad de hacer el pedido e ir a recogerlo o podíamos hacer cita y nos dejaban entrar dos o tres personas a la tienda. (F, entrevista, 2022).

En el caso de los negocios con trayectoria híbrida, indicaron que la entrega a los clientes la realizaban en la modalidad de servicio a domicilio, en lugares públicos o en su caso mediante envíos por paquetería. Un ejemplo es la experiencia de la artesana que produce artesanías en la técnica de tricot: “Pues, yo seguía trabajando en casa. Cuando tenía las piezas listas, [...] me ponía de acuerdo con los clientes y los miraba en alguna plaza o algún otro lugar. Pero sí era en otro estado las enviaba por paquetería” (U, entrevista, 2022).

En el caso de tres negocios artesanales, que contaban con taller o local comercial, continuaron atendiendo a sus clientes por medio de Facebook, WhatsApp y cuando se trataba de entrega física la atención la realizaban con previa cita. En algunos casos trabajaban a puerta cerrada o por las noches con el objetivo de que los inspectores no se percataran de que dichos negocios estaban operando. Lo anterior, los ayudó a prevenir clausuras o multas.

En su caso, la dueña del negocio de trabajos en cuero ubicado en una plaza pública de Ensenada, recuerda que encontró dos modalidades para continuar trabajando en su taller, la primera fue poniendo se de acuerdo con sus clientes para uno a uno abrirle la puerta y la segunda trabajando a puerta cerrada por las noches. En este sentido ella narra con orgullo:

“como yo realmente amo lo que hago, no podía cerrar, entonces yo, seguía trabajando musho, musho [...] sí era de día, pues me ponía así, a puerta cerrada, pero también trabajé musho de noche y pues con los clientes me ponía de acuerdo, para nada más abrirles cuándo llegaban a la tienda, porque no quería que me fueran a poner una multa o callate, imagínate que me cacharan y me clausuraran”. (I entrevista, 2022).

Solo el artesano que elabora filigrana permaneció trabajando en lugares públicos. Él relata que decidió mudarse al municipio de Rosarito y ahí modificó la modalidad de venta; ya no vendía “parchando” ahora vendía en la forma conocida como “manguear”, esto significa que no permanecía en un lugar fijo, sino que, ofrecía sus artesanías mientras caminaba en lugares cercanos a la playa, en restaurantes y gasolineras. Su experiencia la narra así:

Cuando ya vi todo más difícil, lo que hice fue agarrar un poquito de ropa, mis artesanías y a mis hijos. Así me fui a Rosarito. Allá en el sur de Rosarito me puse a ofrecer en una gasolinera, porque llevaba mis artesanías, [...] que son mi tarjeta de crédito. Siempre las traigo porque siempre se puede vender, aunque se algo. Luego me encontré a un amigo artesano y me dijo “acabo de rentar una casa, tiene dos cuartos”, y me dijo, que podía compartir la renta conmigo. Yo, le dije, pero ahorita no acompleto para una renta, entonces [...] él me dijo “pos, no te preocupes ahorita puedes usar un cuarto, para que tus hijos tengan dónde dormir y luego ya que saques dinero vemos cómo le hacemos”. Entonces todos los días salía a con mis hijos y mis artesanías a vender en restaurantes, cerca de la playa y gasolineras. Sí miraba que en un lugar no me iba muy bien, me movía a otro lugar. (E entrevista, 2022).

Ilustración 6.19. Artesanía en filigrana.



Fuente: Fotografía tomadas durante la observación no participante (2022)

Así la COVID-19 continuaba su curso, al pasar los días la incertidumbre, miedo y preocupación crecían. Durante la observación no participante hubo expresiones que evidenciaba que cuando la Jornada Nacional de Sana distancia se intensificó también lo hizo la preocupación de los y las artesanas. En este sentido, algunas artesanas refirieron que se deprimían al ver que prácticamente todo estaba cerrado.

La dueña del negocio de productos en cuero manifiesta que percibió emociones y sentimientos que nunca habían experimentado. Aunque sus negocios ya habían pasado por otras crisis, en otros momentos de su historia, la incertidumbre sobre lo que pasaría se mantenía

latente. Al respecto, al preguntarle ¿Cómo fue para tu negocio, el tiempo que permaneció el ordenamiento de cierre de actividades no esenciales? —después de una pausa y con expresión de angustia — esta artesana responde:

Pero por favor, primero tienes que saber qué, [...] hay, cómo te lo explico. En primer lugar, fue una sensación tan horrible que yo nunca antes había sentido, era miedo, mucho miedo, angustia y un pavor tan grande que no puedo explicar, yo nomás pensaba, “mujer” ¿Cómo vas a dar de comer a tus crías? Yo sé que, en otro momento, lo que hubiera hecho es hacer pulseritas o cosas chiquitas y fáciles de vender, [...] se las hubiera dado a negocios que conozco para que se fueran vendiendo poco a poco, hasta no me importaría, saldría la calle ofrecer barato, pero pues no eso no se podía. Así que yo dije esto no me puede paralizar tengo, y sé que voy a encontrar la forma de salir adelante, [...] porque, de veras, esto es mi vida, esto es lo que amo, Sí sabes cómo, ¿verdad? Tú no sabes cuánto disfruto mi trabajo, ya sé que es un negocio y uno lo hace para vivir, pero también lo disfruto, es mi vida. (I entrevista, 2022).

Este relato representa coincidencias con lo expresado por nueve de los artesanos de la trayectoria identificada en este estudio como “trayectoria resiliente”. Asimismo, refleja el orgullo de ser artesana o artesano, el amor que le tienen a su negocio y la determinación para encontrar estrategias y realizar los cambios necesarios que les permitieran la vigencia de sus negocios artesanales. En esta, la fase 2, es cuando se observa el mayor número de giros que dieron los negocios en cuestión.

Las artesanas que elaboran artesanías en la técnica de bordado, tricot y huichol decidieron, en esta fase de la pandemia de COVID-19, ir a sus lugares de origen y desde ahí cada una tomaba los pedidos de sus clientes y producían. Describen que su decisión fue acertada, puesto que también la red de apoyo que tenían, sus familiares y amistades, realizaba pedidos. Asimismo, desde sus lugares de origen enviaban sus productos cuando se requería. La artesana que trabaja con la técnica huichol recuerda:

Lo que me acuerdo es que allá en mi pueblo era bueno, [...] porque gastaba menos dinero para vivir. De las ventas que hacía, pues sí salía para vivir, [...] no digo que era muchísimo, pero alcanzaba bien, [...] de todas maneras lo que hice fue salir a la calle, pos a ofrecer en las casas y de plano en la calle ofrecía y ofrecía la joyería, las pomadas y las plantas. Yo les ofrecía a todos hasta a las personas que ni conocía. (C entrevista, 2022).

Ilustración 6.20. Artesanías *wixárikas* (medicina)



Fuente: Fotografías tomadas durante la observación no participante (2021).

El artesano lapidario comenta que cuando identificó que sus ventas bajaban más y más, y se daba cuenta de la angustia familiar ocasionada porque tuvieron que cerrar dos locales que tenían en el centro de Ensenada y porque ya no podían presentarse en eventos masivos, él y su esposa decidieron mantener la producción de esculturas en el taller de lapidaria que siempre operó en un área de su vivienda. Adicional a ello decidieron hacer pan artesanal. Pronto salieron a las calles de Ensenada a ofrecer la producción, ahora de pan artesanal y al mismo tiempo informaban a los consumidores de pan que continuaban haciendo esculturas de ónix, por lo que también, si lo deseaban podrían hacer sus pedidos. Él explica:

Cuando ya la vi más ¡caraja la situación! dije, “algo tengo que hacer, no me puedo quedar de brazos cruzados” pos, si todos los poblanos salen adelante a donde van, por ejemplo, ya sabes, aquí en la Baja son re famosas las taquerías poblanas y hasta en “puebla-York” triunfan, pos yo dije, ni modo que yo me quedé atrás “un Poblano no se rinde”, así como mi hija ya no abría el local, ahora su tarea era publicidad por el internet y mi esposa y yo comenzamos a hacer pan artesanal. De plano, salimos a las calles a ofrecerlo y algunas

personas les decíamos que, aunque los locales estaban cerrados, el taller de la casa seguía funcionando, que cuando quisieran podían hacer sus pedidos y que si querían podían ir al taller con las medidas de sana distancia o nosotros podíamos llevar a sus casas sus pedidos. (X, entrevista, 2022).

Se hace la precisión que la producción de pan artesanal se realizó por aproximadamente cinco meses, mientras que el taller de lapidaria se mantuvo accionado sin pausa.

Las artesanas de las reservas Kumiai relatan que continuaron haciendo sus artesanías y cuando terminaban una pieza la fotografiaban para después publicarlas. Debido a que la señal de telefonía e internet en el área que habitan es inestable caminaban a las partes altas de las montañas para tener recepción de internet en sus celulares y poder publicar las fotografías en Facebook o enviarlas por mensaje a sus conocidos de ambos lados de la frontera. Lo anterior con la finalidad de que las personas contactadas compraran las piezas artesanales disponibles o realizar un pedido especial. En este sentido, la artesana de San José de la zorra relata:

Seguíamos trabajando, ahí en nuestro rancho, cuando estaba lista una pieza de sawil o lo que hiciera le tomaba varias fotos, las mejorcitas, las publicaba al Facebook. Pero pues, para eso tenía que caminar y caminar y buscar la señal en la montaña, [...] por eso también aprovechaba para mandar mensajes a nuestros hermanos kumiais del otro lado, [...] porque ellos también son kumiais, pero ya perdieron la técnica, muy poquitos le intentan, pero ya casi no saben hacer la artesanía, [...] pero les gusta, la quieren y ellos si tienen para pagar. Entonces ya algunos me decían “guárdame esa pieza”. Cuando podían venían por ella, a veces me pagaban cuando la recogían y otras veces me hacían algún envío de dinero. (Q, entrevista, 2022).

Cabe mencionar que la artesana durante la entrevista semiestructurada mencionó, que todas las piezas solicitadas las conservó y algunas fueron entregadas hasta el año 2022.

El artesano que elabora joyería en la técnica de micro-macramé continuó ofreciendo su producción principalmente por Facebook. Adicionalmente decidió que era momento de montar el taller de lapidaria que siempre planeaba, pero que hasta ese momento no había realizado, porque además de que le gusta viajar, un taller de esas características utiliza maquinaria grande, cara y pesada. Al establecer su taller de lapidaria podía cortar y pulir sus propios minerales en bruto y tener cabujones para la joyería de micro macramé. Él relata:

Yo desde antes soñaba con tener mi propio taller de lapidaria, quería tallar mis propios cabuchones o cabujones [...] y figuras para hacer la joyería que yo quisiera, y también porque no, ofrecer los minerales tallados artesanalmente a otros artesanos, entonces dije “si no voy a poder salir a viajar”, entonces es buen momento, muy buen momento, para

hacerlo. De todas maneras, todas mis ventas eran por internet, mis clientes, son la gente que he conocido en mis viajes, [...] están en todo el mundo y de donde estaba hacía los envíos. Me comenzó a ir mejor, porque ahora también ofrecía la piedra que tallaba. [...] Poco a poco armaba más chido mi taller aquí en Rosarito. (K, entrevista, 2022).

Es importante mencionar que, durante la observación no participante, se constató el funcionamiento de dicho taller de lapidaria.

Ilustración 6.21. Trabajo de lapidaria y macramé



Fuente: (K, Facebook, 2022).

Finalmente, en la fase tres de la COVID-19 los artesanos refieren que al concluir la Jornada Nacional de Sana Distancia fue beneficioso para ellos, puesto que les era posible salir con mayor libertad y confianza para abrir nuevamente los locales comerciales. Las mujeres que fueron temporalmente a sus lugares de origen regresaron a la región de estudio y los negocios tuvieron mayor participación en eventos masivos.

En general los negocios de estas trayectorias mencionan que vivieron experiencias buenas y malas. Al referirse a estas experiencias evalúan que finalmente son aprendizajes de utilidad para continuar con sus negocios artesanales. En este sentido la artesana kumiai de la reserva de la Huerta relata:

La verdad yo no estoy muy convencida de que el dichoso COVID exista, a lo mejor hasta lo provocaron. Eso de que dicen que el tal secretario de salud y el presidente se enfermaron yo no lo creo, pero bueno, si nos engañaron o no pues allá ellos, ¡que con su pan se lo coman! [...]; lo que sí es cierto es que ya nos pasaron a perjudicar [...] porque nos asustaron, no nos dejaron trabajar y pos ayuda pa nosotros no hay. [...] Aquí a mi comunidad nunca llega nada, las despensas solo llegan a la ciudad o allá arriba en el centro del poblado, pero yo y otras personas estamos alejados y ni siquiera nos enteramos cuándo esas ayudas llegan. (P, entrevista, 2022).

Yo, como quiera, a veces me animaba y me iba a Tijuana, antes de irme publicaba en el Facebook por si alguien quería encargar algo. Allá encontré un lugar donde me dijeron que me iban a ayudar a vender mis artesanías, [...] hasta me tomaron una foto con mi canasto y mi salvia; me dijeron que iban a poner mi teléfono pa que la gente supiera que es salvia auténtica kumiai con permiso, porque fíjate, no sé si sepan, yo casi no digo, pero desde el 2007 los únicos que tenemos permiso de cortarla somos los kumiai auténticos. En ese lugar hicieron lo que quisieron, otro día que fui ya tenía mi salvia con la marca de su tienda; no estaban ni mi foto, ni mi teléfono como me lo prometieron, de todos modos, dije voy a confiar más en ellos, pue que salga algo bueno, pero cuando fui otra vez me dijeron” Ya llévate tus cosas, porque aquí no se pudo vender tu artesanía, pero tráenos más salvia, esa así sale”; ya no les lleve salvia, porque no es la de ahí. Entonces yo pensaba ¿cómo que mi artesanía no sale? si la gente que llega a mi ranchito, allá bien lejos, si compran, yo digo que hay grupos, que no más se quieren aprovechar de nosotros los indígenas, que nos quieren hacer tontos, nos quieren comprar bien barato nuestras artesanías para revenderlas. (P, entrevista, 2022).

Ilustración 6.22. Cestería kumiai, reserva la Huerta



Fuente: Fotografías tomadas durante la observación no participante (2021)

En este orden de ideas otros artesanos, tanto de la trayectoria resiliente, como del resto de trayectorias refieren que se han enfrentado a la misma situación. Otro ejemplo es el relato de la artesana que produce artículos de cuero. Ella menciona:

Conmigo han llegado revendedores y hasta personas que dicen yo tengo una marca ya muy posicionada ¡quiero tus productos a precio de mayoreo!, pero eso sí, de ti no va a parecer nada, todo va hacer con mi marca que ya la tengo muy posicionada, es muy conocida e importante [...], ambos ganamos, tú por hacer el trabajo y yo por vender tus piezas. Entonces, tengo que respirar y con la pena, pero yo tengo que decir [...] muchas, de verdad muchas gracias por su oferta, pero no puedo, porque si hago una o muchas piezas a mí me cuesta lo mismo en tiempo, trabajo y materia prima. Nunca voy a bajar la calidad de mis materiales, ni voy a hacer las cosas más sencillas porque este, es la garantía de mi trabajo, y aunque sea más lento y quizás con más dificultades, pero yo creo que sí puedo vender mis productos. (I, entrevista, 2022).

La dueña de los artículos en cuero se ha especializado en mandiles, menciona que ese es el producto que durante la pandemia más se ha vendido, debido a que los restaurantes no cerraron. Poco a poco su negocio incrementa su prestigio, por ello hace hincapié en que la calidad del material, el terminado y entrega en tiempo y forma es indispensable para posicionarse en el mercado. Gustosa menciona que ha crecido más rápido de lo que esperaba:

Me ha sorprendido que muchos chef y baristas durante la pandemia han venido a pedirme mandiles. Dueños de restaurantes también me han hecho pedidos para que todo su personal use mis mandiles. Ellos me han hecho fuerte porque no cerraron en la pandemia, conocen mi trabajo y decidieron apoyarme. Ahora entre ellos se recomiendan y hasta chef de otras partes de la república me piden mandiles. (I, entrevista, 2022).

Ilustración 6.23. Mandiles artesanales en cuero



Fuente: (I, Facebook, 2022).

Haciendo un análisis de expresiones emitidas por los dueños de los negocios de esta trayectoria durante las entrevistas, tiempo en el que se percibía un alivio y expresiones relacionadas con que los tiempos difíciles de la COVID-19 están por terminar, se identifica que algunos de ellos incluso dicen estar agradecidos con la pandemia. Lo anterior, porque al sacarlos de su zona de confort se vieron obligados a analizar cómo llevaban sus negocios, y con ello identificaron sus debilidades y fortalezas. El lapidario de ónix dice “echamos mano de lo que pudimos, pero ya la libramos” (X, entrevista, 2022). Se identifica que cada negocio hizo lo que pudo, siempre tratando de hacerlo de la mejor manera posible, procurando maximizar los recursos personales y organizacionales.

Dentro de los impactos ocasionados por la COVID-19, siete de los negocios clasificados dentro del grupo de trayectoria resiliente manifestaron que, durante las tres primeras fases de la COVID-19, sus ingresos económicos se elevaron e incluso el 50 por ciento de ellos refiere que les fue posible ahorrar. Son negocios que transitaron las fases de la COVID-19 con optimismo y planes para fortalecer los negocios artesanales.

Además, todos indican qué hicieron modificaciones en cuanto al diseño, producción y comercialización, como resultado todos tienen productos nuevos. Solo por citar algunos ejemplos, la artesana Wixárika creó una línea de sombreros con toquilla en técnica huichol.

Ilustración 6.24. Artesanías wixárikas (medicina).



Fuente: Fotografía tomada durante la observación no participante (2021).

La artesana en técnica de tricot amplió su línea de personajes de amigurumi e hizo ramos de flores en crochet.

Ilustración 6.25. Amigurumi.



Fuente: (U, Facebook, 2021).

El negocio de mocasines continua expandiendo su cartera de clientes, quienes solicitan desde piezas muy innovadoras, como piezas clásicas, el fundador de este negocio a sus 90 años de edad, continua elaborando zapatos como los llamados por la familia, "los clásicos sobrevivientes" pues, aseguran que a pesar de todas las modas que han surgido a través de las décadas, éstos zapatos tipo Oxford, continúan siendo solicitados, pues son simples, elegantes y muy cómodos, además de que no solo la cubierta es de piel, sino que también la zuela es piel. También se continúa produciendo el estilo "Bostoniano" el cual tiene su origen en el siglo XIX y XX en Escocia. Se dice que se crearon para aguantar los terrenos fangosos donde gran parte del año llovía. De hecho "los hoyitos" tenían la finalidad de dejar salir el agua y lodo acumulados. Se dice que en 1930 que Eduardo VIII, los utilizó para jugar golf, a partir de entonces, se fueron haciendo de usó más común.

Ilustración 6.26. Zapatos clásicos, hechos artesanalmente únicamente con piel.



Fuente: (T, Facebook, 2021).

6.2.3.3 Los negocios artesanales resilientes en la “postpandemia”

Llama la atención que cada una de las artesanas Kumiai de esta trayectoria ha tenido suerte distinta. La artesana perteneciente a la comunidad de La Huerta no es conocida, se le dificulta vender y ha decidido no asistir más a las expos nativas organizadas por instituciones gubernamentales, de fomento a las artesanías y apoyo a las etnias, a pesar de que para las comunidades originarias es gratuito. Ella argumenta que ya no asiste porque en ocasiones anteriores ha ido y no ha vendido nada; además de que ella no ha recibido ningún tipo de apoyo ni reconocimiento. Al preguntarle si asiste a la expo nativa o participa en el concurso de maestra artesana, su respuesta fue: “pos ahí ya todo está planeado, se agarran a una familia la apoyan, les dan premios, las ponen como jurados, las invitan a todos lados, [...] pero otros que hacemos lo mismo y también somos nativos es como, no estar o no ser gente.” (P, entrevista, 2022).

Ilustración 6.27. Expo nativa 2022.



Fuente: Expo Nativa, Facebook, 2022.

Por su parte, la artesana Kumiai de San José de la Zorra menciona “no, pues el FONART, el Gobierno y las organizaciones son muy buenas, nos apoyan mucho” (Q, entrevista, 2022). Durante la observación no participante en la expo nativa 2022, al preguntarle si participaría en esta ocasión en el concurso artesanal su respuesta fue “no, yo ya gané todos los premios, [...]”

pues, por eso ahora soy jurado del concurso, mi hija y mi hijo si están concursando, a ella le vamos a dar el primer lugar, yo tuve un galardón especial el año pasado” (Q, entrevista, 2022).

Ilustración 6.28. Premio especial de rescate: Maija awi tipay pcho (Dios víbora cuidando a los nativos).



Fuente: (Q, Facebook, 2022).

Otro hecho que llama la atención es que mientras se realizaba la expo nativa en la zona del puerto, conocida como la bandera, en la plaza aledaña conocida como las tres cabezas, con meses de anticipación, un grupo de artesanos habían obtenido el permiso para llevar a cabo un evento cultural artesanal, pero llegado el día, en el momento que iniciaron a instalarse, el permiso les fue revocado, por lo que tuvieron que instalarse en la calle contigua a donde se estaba llevando a cabo la expo nativa, uno de los artesanos que se encontraba instalado en la calle y que radica en Rosarito, con enojo expresa,

Pues mira, mira a nosotros nos dicen que no hay manera de ponernos en la bandera, pero como la expo nativa es del gobierno, solitos se dan el permiso, [...] hasta pantallas y carpas caras con paredes tienen y hasta dicen que vinieron de FONAR desde México y hasta sonido y escenario tienen, ha y hasta llego la tele y a nosotros los artesanos que

nos dicen urbanos, nos mandaron a las tres cabezas, pero pos no sé qué [...] pasó que a la mera hora nos cancelaron todo, y pos aquí pobrementemente con nuestros propios recursos, y hasta estamos pagando por estar en la calle y aguantando el frío, pero que más nos queda, que hacerle a la lucha (artesano 7 de Rosarito comunicación personal, 2022).

El negocio unifamiliar de talabartería continúa con planes de continuidad a pesar de los efectos causados por la COVID-19, las dificultades y la disminución del mercado a través de los aproximadamente 65 años que este negocio ha operado. La artesana que se integró hace diez años rememora:

A mí el fundador, hace diez años, me quiso enseñar, [...] pero a mí se me dificulta mucho, mucho, ¡hay, no! de veras, que pavor le tengo a las máquinas y luego, pos ya son viejitas y están re duras, [...] así que, para que no se desesperaran con lo cabezona que soy, pos, no vas a creer, que yo solita a escondidas me enseñaba yo solita, y a aunque, no te creas les sigo teniendo miedo, pero sirvió, porque ahora hago productos que nunca antes se habían hecho en ese taller, como libretas de viaje, monederos y carteras.

La artesana aclara que las maquinas en realidad son muy poquitas, que la mayoría son manuales, —no utilizan electricidad— puesto que la mayor parte de los procesos son a mano. Con respecto al fundador, durante la pandemia diversos medios de comunicación e influencers, lo han entrevistado, con el objetivo de darle publicidad, mostrarlo como un ejemplo. Además, las personas que lo visitan aseguran que aparte de ser un excelente artesano, de elaborar piezas de alta calidad y hermosas, es una persona que sabe cómo animar a otras. Para ejemplificar las razones por las cuales lo buscan, se recurre a un mensaje que publicó en el Facebook de su negocio.

¿Cuántas vidas se pueden vivir?

Yo, por lo menos llevo 3.

Los años pasan como el agua entre las manos. Pero son las pruebas y los constantes "comienzos y finales" los que hacen a uno volver a nacer.

Llevo trabajando la piel más de 60 años, quizá 65, no recuerdo exactamente.

Lo que sí recuerdo es que buscaba lo mismo que busco hoy:

Una oportunidad de crecer y avanzar.

No quiere decir que nunca lo haya hecho, forjé un negocio que me ayudó a sostener una familia y hoy mis hijos son gente de bien, forjé mi carácter y superé pruebas muy complejas; pruebas profesionales, familiares, de salud.

Armé un barco y casi me hundo con él.

He vencido al cáncer, un infarto, y al día de hoy una pandemia y los muchos achaques de viejito.

Y hoy, una vez más:

"Renovarse o morir".

Hoy lo que hoy busco es forjarme dignamente mi último tramo.
Seguimos haciendo ruido.

-Don Frausto

Gracias a por el tiempo dedicado y tan bonitas fotos y todo el arte que hace con su cámara:

@zoo_fotografia , una mujer increíble.

Facebook: Pieles Don Frausto, (2021).

Ilustración 6.29. Elaborando artesanía.



Fuente: Pieles Don Frausto, Facebook, 2021.

La dueña del negocio artesanal de Ensenada que elabora artesanías en cuero está innovando en cuanto diseño, nuevos productos y promoción. Por ejemplo, menciona que a personas que son su red de apoyo, le pide que modelen sus piezas, ella prepara los escenarios, toma las fotografías las edita y las publica primordialmente en el Facebook de su negocio; adicionalmente está elaborando accesorios diversos y joyería; con relación al diseño está experimentando con diversas formas, texturas y materiales, por ejemplo, en el momento previo

a realizar la entrevista semiestructurada había concluido el primer bolso en el que combino cuero con madera.

Ilustración 6.30. Experimentando el cuero con madera.



Fuente: (I, Facebook, 2022).

Seis emprendimientos artesanales del corredor turístico Tijuana-Ensenada clasificados dentro de la trayectoria resiliente, refieren que en esta fase de la COVID-19 su ingreso económico mostró un descenso. Sin embargo, mencionan que lo entienden, que son conscientes de ello y que lo atribuyen a que es un proceso natural, puesto que durante la pandemia de COVID-19 muchas personas se solidarizaron con ellos.

Durante esta fase, nueve de los negocios artesanales de la trayectoria resiliente manifiestan sentirse agradecidos con la vida, con sus negocios artesanales que les permitieron sobrevivir económicamente durante toda la pandemia. Además, mencionan que ahora tienen más entusiasmo por continuar y todo este grupo tiene planes para no desaparecer. Algunos ejemplos, de las acciones y planes de continuidad que se visualizan, son que el artesano lapidario de ónix decidió viajar a Tehuacán, Puebla, municipio de donde es originario, con el objetivo de conocer nuevas técnicas, nuevas herramientas y conocer la experiencia de otros lapidarios de esa zona del país. Al respecto narra con emoción: “Aunque tengo casi cincuenta años con este oficio, pero, este, no todo está dicho, ni conocido, todo, todo evoluciona y uno nunca deja de aprender o inventar algo nuevo” (X, entrevista, 2022).

Ilustración 6.31. Esculturas de ónix



Fuente: (X, Facebook, 2022).

Por su parte la artesana Kumiai De San José de La zorra, fue parte del jurado para seleccionar los ganadores que participaron en el concurso de artesanías de pueblos originarios. Estos premios fueron otorgados en la “Expo Nativa” 2022, “Arte y Culturas Vivas en Baja California” que se celebró los días seis y siete de agosto de 2022 en Ventana del Mar, Ensenada, B.C. Ella menciona “Es un honor ser parte del jurado. Yo ya no puedo meter a concurso mis artesanías porque, ya gané este premio estatal y también, [...] ya gané el primer galardón nacional” (O, entrevista, 2022).

Ilustración 6.32. Ilustración concursos artesanales, artesanías nativas 2022



Fuente: Expo Nativa, Facebook, 2022

6.2.5. Conclusiones de las trayectorias extintas, pausadas, híbridas y resilientes

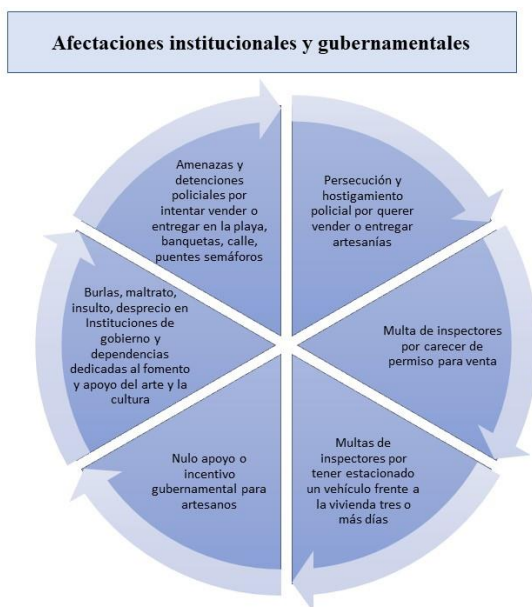
A lo largo de la descripción de las trayectorias experimentadas por los 24 emprendimientos artesanales del corredor turístico Tijuana-Ensenada, se evidencian los obstáculos y sentimientos que enfrentaron los negocios artesanales a causa de la pandemia de COVID-19. Asimismo, se ponen de manifiesto las estrategias que implementaron algunos de los dueños de estos emprendimientos, el desarrollo de distintas capacidades empresariales y el papel del gobierno y las políticas públicas en el apoyo y fomento de la actividad artesanal.

Primero es importante mencionar que a cinco de los negocios artesanales que conforman la muestra de estudio no les fue posible sobrevivir, por lo que los artesanos abandonaron sus

negocios de este giro. Sin embargo, se espera que más adelante puedan retomar su actividad económica artesanal y seguir distribuyendo su cultura a lo largo de la región y porque no, en otros países. Por el contrario, resulta afortunado que 19 de los 24 emprendimientos estudiados hayan sido capaces de sobrevivir a la pandemia; esto pone de manifiesto su voluntad de continuar en el mercado, pero sobre todo su capacidad para generar planes y estrategias, que, aunque empíricas, les ayudaron a superar la crisis que enfrentó la humanidad. Inclusive, 10 de estos negocios se hicieron resilientes y se muestran optimistas ante su futuro.

Además de identificar la capacidad y las estrategias implementadas por los artesanos dueños de los emprendimientos que fueron objeto de esta investigación, se pone en evidencia la falta de acciones, estrategias y políticas públicas encaminadas a apoyar a los negocios de giro artesanal. Ello, demuestra una vez más, que el gobierno tiene un arduo camino que recorrer respecto al fomento y la consolidación de negocios artesanales, así como comercialización de productos artesanales. Las afectaciones institucionales y gubernamentales sobre los emprendimientos artesanales del área de estudio se resumen en la Ilustración 6.17.

Ilustración 6.33. Afectaciones institucionales y gubernamentales a los emprendimientos artesanales durante la pandemia de la COVID-19.



Fuente: Elaboración propia con base en el trabajo de campo.

Finalmente, y como preámbulo a las conclusiones generales de este trabajo de tesis, se exponen los sentires expresados por los 24 artesanos entrevistados al darles la oportunidad de culminar la entrevista semi-estructurada agregando las opiniones que a ellos les parecieran importantes o desearan exponer. Los temas que rescatan y de mayor incidencia estaban relacionados con tener profundo agradecimiento a sus negocios; la oportunidad que les da la vida para ser artesanos, pues durante esta investigación se mostró destellos que no cualquier persona puede decirse artesana o artesano; a los clientes que aprecian y valoran las artesanías y que estaban agradecidos por la iniciativa de realizar la presente investigación.

En línea con lo anterior, comentan que la entrevista semiestructurada para ellos fue una oportunidad, para preguntarse temas que no se habían preguntado antes, reflexionar la historia de su negocio, identificar sus debilidades y oportunidades, así como valorarse ellos mismos y descubrir su potencial. Todos mencionaron que querían aprovechar la oportunidad para invitar a la humanidad a que valoren las artesanías, que la sigan adquiriendo, que elijan una artesanía antes que un “producto manufacturado sin alma y sin historia” (D, entrevista, 2022).

Además, hicieron la invitación a qué antes de humillar y discriminar a un artesano primero aprendan de la historia de estos negocios y lo que representan para el país económica y culturalmente. La mayoría hizo alusión al sentido de que “Sí estamos en una zona multicultural, también somos artesanos multiculturales, somos la historia, y la cara de la cultura de México” (D, entrevista, 2022). “Nuestros oficios, nuestros negocios también aportan a la cultura, a eso que le llaman bienestar para la comunidad y desarrollo de la región” (L, entrevista, 2022). “Que compren artesanías, para generar empleos y no se pierdan los oficios artesanales que son la herencia de nuestros antepasados” (E, entrevista, 2022). “Que sepa el mundo que cuando compra una artesanía, no solo compra un objeto útil y bonito, también lleva en sus manos historia y un pedacito del corazón de cada artesano” (C, entrevista, 2022). Y “que se sepa que los artesanos aun existimos. Compren para que los jóvenes sigan aprendiendo, no importa que lo vean como negocio para sobrevivir, lo importante es que no se pierda las culturas de México y las artesanías” (O, entrevista, 2022). “Lo que se necesita es hacernos ver, que nos reconozcan, que se sepa que aquí también en la Baja existimos, por eso digo gracias por elegir el tema de artesanos”, (P, entrevista, 2022).

VII. CONCLUSIONES, REFLEXIONES FINALES Y PROPUESTA PARA POLÍTICA PÚBLICA

“Hay mucho camino por recorrer. Valorarnos [...] tener la confianza que nuestras creaciones son ¡arte!, son ¡piezas de autor!, porque no se repiten, [...] valen por el tiempo, el amor y esmero que ponemos para que queden bien hechas, bonitas, cómodas y prácticas”

(I, entrevista, 2022).

7.1. conclusiones y reflexiones finales

En el caso de la presente investigación, la utilización de la metodología cualitativa, desde la perspectiva de trayectoria ha cumplido con la pertinencia y viabilidad de conocer las distintas sendas que siguieron 24 unidades económicas artesanales ubicadas en el corredor turístico Tijuana-Ensenada. Además, permitió recuperar información valiosa a través de las narraciones realizadas por las personas artesanas dueñas de estos negocios sobre las historias de los mismos y la observación no participante. La información relevante en estas trayectorias fue conocer los procesos, las experiencias, los aprendizajes, los impactos, los cambios diacrónicos, los giros, las pausas, los avances y retrocesos, además de las estrategias holísticas e innovadoras que desarrollaron durante la COVID-19.

En esta investigación se cumplió con el objetivo general planteado, el cual fue identificar y comprender las distintas trayectorias que siguieron las unidades económicas artesanales del corredor turístico costero Tijuana-Ensenada en el marco de la crisis generada por la pandemia de COVID-19. Es decir, cómo los 24 pequeños negocios dedicados al diseño, la producción, la promoción y la comercialización de artesanía, analizados en esta investigación fueron evolucionando al compás de las distintas fases de la pandemia, en términos de las actividades económicas realizadas.

Es importante retomar las siguientes seis precisiones:

- La primera es que el número de negocios analizados fue determinado por medio de la saturación de investigación, es decir que en el momento de realizar las últimas entrevistas semi-estructuradas ya no se encontraban elementos nuevos de relevancia que abonaran a los objetivos planteados, por lo que se decidió detener las entrevistas.

- La segunda precisión es que por motivos del tiempo determinado para realizar esta investigación se omitió el análisis de los negocios dedicados a la elaboración de alimentos, bebidas y dulces típicos elaborados artesanalmente en la región de estudio, ni se incorporó el análisis de las producciones artesanales que se elaboran por pasatiempo o para uso familiar o comunitario.
- La tercer precisión es que la determinación, tanto de las cuatro trayectorias como de la configuración de las cuatro fases de la COVID-19 relevantes para las unidades económicas artesanales analizadas, se hizo con el apoyo del software atlas.ti (versión 7.5). Lo anterior, porque tiene bondades para el análisis de grandes volúmenes de datos cualitativos. Se debe señalar que las entrevistas tuvieron una duración de entre una hora con treinta minutos y cinco horas; información obtenida durante las entrevistas se transcribió, ordenó y analizó en formato RFT, para enseguida analizar y sintetizar la información.

Asimismo, para el análisis de la información se crearon variables de coincidencia, lo cual permitió cumplir con el objetivo de determinar las trayectorias que siguieron los negocios artesanales, las cuales son las trayectorias extintas, pausadas, híbridas y resilientes. También, el análisis con ese software y la categorización con distintas variables permitió identificar las cuatro fases de la COVID-19 que tuvieron relevancia para las unidades económicas analizadas y las condicionantes trascendentales en el curso de las trayectorias de los emprendimientos artesanales del corredor Tijuana-Ensenada. Finalmente, fue posible identificar la resiliencia en tres niveles: la resiliencia básica, resiliencia ascendente y resiliencia estratégica ascendente.

- La quinta precisión, es mencionar que lo que ayudó a generar esta metodología fue el *rapport* que se logró con los y las artesanas informantes dueñas de los negocios analizados y que siempre tuvieron la disponibilidad de tener comunicación para precisar información durante la etapa de la redacción del estudio. Lo que resulto difícil, aunque se intentó, fue conseguir entrevistas con representantes gubernamentales e instituciones de apoyo y fomento a las artesanías; la única comunicación personal que se tuvo fue con un joven enviado de la Ciudad de México para representar a FONART durante la expo nativa 2022 en Ensenada, B.C. Aunque también se intentó, fue imposible obtener datos de los apoyos o

acompañamientos gubernamentales o institucionales que los tres órdenes de gobierno realizaron al sector artesanal durante la COVID-19.

Una tercera dificultad fue realizar trabajo de campo durante la pandemia, pues se tuvieron que crear protocolos adicionales para no incrementar los contagios en el sector, poniendo mayor énfasis en los informantes. Así mismo, durante la observación no participante, experimentar con las informantes situaciones como no dormir el día previo a participar en algún evento masivo por todo el proceso que implica participar, pues la preparación tiene mayor intensidad el día previo al evento, es un proceso compuesto de una larga lista de tareas a realizar, al concluir las se debe emprender el camino lo cual ocurre generalmente durante la madrugada. ya estando en el evento masivo, en el caso de que la duración del evento sea de dos días o más, es común acampar por la noche, ya sea porque los eventos se llevan a cabo en lugares alejados o para prevenir robos, para ello es habitual dormir en los vehículos o abajo las mesas de las artesanías, así mismo durante el trabajo en campo se experimentó el desprecio, la discriminación, las amenazas, los insultos y persecuciones policiacas, así como la detención por agentes de migración al cruzar la frontera a California con artesanos, el trabajo en campo resultó en experiencias que más que calificarlas como negativas, son valiosas que abonan a la comprensión de lo que vive día a día este sector y que se intensificaron durante la COVID-19.

- La sexta presión es que, durante la entrevista y la observación participante se develó información con respecto a la historia personal de los y las artesanas; la cosmovisión personal y de las artesanías; procesos detallados de producción; críticas que van desde su posicionamiento ante las acciones gubernamentales hasta el adjetivo que se les otorga tanto a ellos como a sus producciones. Por ejemplo, hay quienes se autodenominan hacedores y no artesanos o algunas personas hacedoras se refieren a las piezas que crean como medicina o con el nombre de uso que tiene esa pieza ya sea en español o en su lengua indígena. En ambos casos otorgaron el permiso de llamarles artesanos y a sus producciones artesanías.

Los pendientes ineludible de mayor coincidencia por los son la aplicación de las leyes, la carencia de voluntad política, el control de los apoyos por el parte de servidores públicos, promotores culturales, la problemática de las artesanías manufacturadas en el modelo maquilador, el apoyo a los empresarios artesanales, los cuales no producen solo compran

económicamente y venden a precios exorbitantes, el robo del conocimiento por diseñadores reconocidos y algunos extranjeros, y el control hegemónico para implementar una base igual de nombrarlos por ejemplo como artesanos, artistas populares o gran maestro artesano, pues algunos no se asumen con ninguno de estos términos, con respecto a las producciones hay fuertes críticas en cuanto a los términos y categorías impuestas de arte, artesanía, arte popular, artes menores, etc. hubo hacedores que manifestaron no poder concebir que alguien que no es artesano sea quien los defina.

Si bien se obtuvo información valiosa no se logró incluir toda en esta tesis. La razón por la que no se incorporaron todos los hallazgos, fue en primer lugar por el tiempo para concluir el estudio y en segundo lugar por considerar que la información obtenida corresponde a otra u otras investigaciones, no obstante mencionarlas abre la posibilidad para otras investigaciones futuras.

En otro punto, con respecto al primeros objetivos específicos, fue posible identificar cuatro fases de la COVID-19, las cuales tuvieron relación directa con la configuración de las trayectorias de los negocios artesanales del corredor Tijuana-Ensenada. Cabe recordar que no necesariamente estas cuatro fases corresponden a cabalidad con los tiempos y formas de las fases establecidas por la secretaria de Salud en México o la Organización mundial de la Salud. Estas fases son:

Fase 1. Inicio de la pandemia en México: fue identificada por los negocios artesanales como el momento en que los casos de contagio fueron importados a México y el gobierno estableció acciones preventivas. Esta fase ocurrió entre el 28 de febrero y el 29 de marzo del 2020. En este lapso los negocios artesanales iniciaron a tener impactos en las utilidades y la movilización. Sin duda los impactos mayores en esta fase fueron de orden emocional y psicosocial, pues en este periodo predominó el miedo a ser contagiado, la tristeza de no poder continuar con los planes previstos, el sentimiento de soledad derivada por la imposibilidad para salir a comercializar y socializar con el gremio lo que sentían y pensaban en ese periodo, el estrés por la incertidumbre y desesperación, debido a que se percataban que no podían decidir libremente sus estrategias, pues había ordenamientos federales que se los impedían.

Fase 2. Transmisión comunitaria de la pandemia: en esta fase creció la incertidumbre, transcurre entre el 30 de marzo y el 30 de mayo del 2020. Lo trascendental en esta fase fue la

cuarentena obligatoria para las actividades consideradas no esenciales, entre las que se encontraba la venta de artesanía. En teoría se debió suspender primordialmente la comercialización, lo que detonó en que algunos negocios desaparecieran, otros cerraran temporalmente, otros negocios encontraron la forma o las formas de continuar. En el caso de estos últimos, algunos negocios artesanales incorporaron nuevas actividades económicas distintas a la artesanal y otros negocios realizaron acciones estratégicas que les permitió continuar.

Fase 3. Vigilancia y regionalización de la pandemia: esta fase fue identificada y asumida bajo la instauración de la implementación del célebre semáforo epidemiológico. Esta fase duró un año, iniciando el 1 de junio del 2020 y concluyendo el 1 de junio de 2021. En esta fase, por un largo periodo el instrumento conocido como semáforo permaneció en rojo, lo cual imposibilitaba la realización de eventos masivos de arte y cultura, los cuales para algunos negocios artesanales eran espacios predilectos para la promoción y venta de artesanías. Al mismo tiempo la frontera para actividades de turismo continuaba cerrada.

Cabe hacer hincapié que en la fase dos y tres los negocios artesanales reportaron los niveles más altos de incertidumbre, pusieron al límite sus capacidades, derivado de las implicaciones e impactos de la COVID-19 y se observó la mayoría de los cierres definitivos. En un sentido positivo, en estas fases se desarrollaron estrategias, muchas de ellas muy creativas, hubo un incremento de aprendizajes e innovaciones en todos los ejes de diseño, producción, promoción y comercialización de la actividad económica artesanal. En estas fases se incrementó el uso de las herramientas digitales, primordialmente para la promoción y comercialización, así mismo el capital social se fortaleció.

Durante las narraciones hubo alusión a que apreciaban y valoraban la pandemia como positiva, pues al obligar a los negocios a salir de su zona de confort y de lo conocido les abrió un escenario amplio de posibilidades, que, a decir de los propios dueños de los negocios, quizá no hubiesen explorado, el aprendizaje quizá hubiese sido con mayor retraso, haciendo notar que fueron meses de prueba y error. En el transitar por la pandemia hubo carencia de especialistas que proporcionaran algún consejo u opinión, además del nulo acompañamiento gubernamental o de instituciones dedicadas al apoyo y fomento de las artesanías.

Fase 4. ¿fin de la pandemia?: esta fase tuvo como distintivo la idea de transitar hacia la nueva normalidad real. Por un lado, a pesar de que oficialmente se decía que era el fin de la pandemia, los artesanos tuvieron conocimiento de un número mayor de fallecimientos que en las fases anteriores; por otro lado, la mayoría de ellos para esta etapa ya habían recuperado sus actividades al 100%. De hecho, en la fase anterior, en semanas donde el semáforo permanecía en rojo, los negocios artesanales declaraban que actuaban como en verde. Los hechos trascendentes son que se reactivaron los eventos públicos masivos y se abrió la frontera, lo que les permitió a los artesanos que retomaran sus actividades en los Estados Unidos, tales como su participación en eventos culturales en California y el contacto con sus clientes.

Con respecto al objetivo de analizar el desarrollo de las trayectorias de los emprendimientos artesanales del corredor Tijuana-Ensenada durante las fases de la pandemia COVID-19 y el objetivo de identificar las condicionantes cruciales que definieron las trayectorias, el proceso por el que han transitado los emprendimientos artesanales en estos casi tres años, se identificaron las cuatro trayectorias.

La trayectoria extinta tiene como característica primordial que al no encontraron la forma de sostener la actividad económica durante la fase dos de la COVID-19, cinco negocios liderados por mujeres —tres unipersonales y uno unifamiliar— tuvieron que cerrar. Las dueñas de estos negocios lamentan esta decisión y al mismo tiempo reconocen que si hubiesen tenido apoyo gubernamental quizá hubiesen encontrado la forma de continuar. Así mismo identifican que los elementos que frenaron la actividad económica están relacionados con las débiles e incipientes redes de apoyo, la mínima destreza de producción pues reconocen que su antecedente como artesanas es reciente, escasas habilidades de promoción y venta, la poca utilización de medios electrónicos, el débil posicionamiento en el mercado, la dependencia del turismo, eventos masivos y amistades, pero sobre todo baja motivación y voluntad para tomar riesgos e innovar en los distintos ejes de la actividad económica artesanal. En resumen, se identifica la carencia de incrustación de vocación y pasión internalizada.

En la trayectoria pausada se encuentran los negocios que tuvieron que realizar una pausa temporal mientras encontraban la forma de reorientar primordialmente la promoción y comercialización; la trayectoria híbrida estuvo definida por los negocios que, para continuar su actividad artesanal tuvieron que sumar alguna otra actividad económica distinta al rubro

artesanal; y finalmente, en la trayectoria resiliente se encuentran los negocios que descubrieron la forma de continuar sin la necesidad de incorporar una nueva actividad económica que no sea la artesanal. Se puntualiza que la trayectoria resiliente se caracteriza porque no pausó y continuó operando durante toda la COVID-19 sin incorporar otra actividad distinta a la artesanal; además los negocios artesanales clasificados dentro de esta última trayectoria alcanzaron distintos niveles de resiliencia.

En el contexto de la pandemia de la COVID-19 se ha observado que el sector artesanal se encuentra constantemente sujeto a escenarios inestables, con diversos retos o brechas necesarias de afrontar; además que, se requiere un nivel de adaptación a los cambios en el entorno, lo cual se manifiesta en una reestructuración de este sector, por lo que cada etapa por la que han transitado los negocios artesanales ha implicado mínimamente el análisis de la situación, toma de decisiones, implementación de estrategias, desarrollo de innovaciones y adaptaciones del modelo de negocios.

En otro punto, algunos estudios sostienen que, la mayoría de las MIPyMES no logran trascender estas brechas y, en el caso de aquellas que sí logran avanzar, esto se debe a que han alcanzado un grado de innovación diferenciado en tres niveles: la revolución, la renovación y la resiliencia (Cordero et al., 214. P. 3)

Algunos negocios artesanales, en la medida en que el desafío por la pandemia de la Covid-19 se incrementaba a través de los meses, los emprendimientos artesanales fueron reflexionando, diseñando e implementando diversas estrategias en las áreas de diseño, producción, y con mayor énfasis en la promoción y venta. Todo ello con la finalidad de continuar ejerciendo sus oficios y en la mayoría de los casos fortaleciendo su negocio artesanal. Lo anterior porque

En su esquema de desarrollo no es fácil construir canales de comercialización; es un trabajo distinto, no se estandariza, como se estandariza la industria, se requiere ser más unitario y no como se hace en otros negocios, [...], sector que requiere cada vez más apoyo para poder llegar a una artesanía completamente funcional (Callejas, 2020. p.1).

Este estudio también logro propiciar la reflexión en torno a un conjunto de factores que pudieron influir en el incremento de resiliencia en los emprendimientos artesanales ubicados en el corredor costero de Tijuana-Ensenada. La resiliencia se logró a través de una elevada capacidad de agencia, el incremento de capacidades y del capital social. Los niveles de resiliencia que en la post pandemia se identifica en las 19 unidades económicas que hasta el momento continúan operando son:

- Resiliencia básica, estos negocios lograron permanecer lo que es por sí solo un elemento importante de resiliencia. No obstante, no muestran un crecimiento significativo, pues se encuentran operando casi de la misma manera que en el momento previo a la COVID-19 y sus utilidades también son muy parecidas al pasado. Aquí se encuentran cuatro negocios que pertenecen a la trayectoria pausada y cuatro negocios que pertenecen a la trayectoria resiliente.
- Resiliencia ascendente, son los negocios que continúan operando, mostraron aprendizajes, incorporaron estrategias e innovaciones, lo que les permitió posicionarse de una mejor manera en el mercado y tener crecimiento en las utilidades. Aquí se encuentran cuatro negocios que pertenecen a la trayectoria híbrida y dos negocios de la trayectoria resiliente.
- Resiliencia ascendente estratégica. En este estudio, se consideran en este nivel a los negocios que permanecen, crean estrategias, aprendizajes e innovaciones y las incrustan de manera permanente en el negocio. Además, de que continúan desarrollando todos esos procesos, los negocios deben ampliar su mercado, son considerados con negocios de referencia para el gremio, tanto en la fortaleza de su estructura como de las utilidades, las cuales se incrementaron y no han disminuido. Refieren estar convencidos que el aprendizaje, el incremento de capacidades, redes de apoyo e innovación deben ser una tarea permanente, pues consideran que el impacto de próximas tempestades los debe encontrar fuertes. Asimismo, no esperan ayuda externa, puesto que confían en sus capacidades, tal es el caso de dos negocios que pertenecen a la trayectoria híbrida y tres a la trayectoria resiliente.

No se niega las vicisitudes por las que el ramo artesanal ha transitado, ni las “*bajas*” como algunos artesanos refieren, ya sea porque algunos emprendimientos tuvieron que cerrar definitivamente, y otros que cerraron con el propósito de reabrir, pero que hasta el momento que se redacta este estudio no lo han logrado, ya sea porque no han podido o bien porque fallecieron a causa de la enfermedad de COVID-19. Aun con este escenario, que puede resultar en desmotivación, para la mayoría de los entrevistados la situación experimentada es calificada como un proceso de aprendizajes que fortalece la trayectoria de los emprendimientos artesanales, y en este orden de ideas recurro a la narración de un artesano que junto con su esposa elaboran joyería:

La neta, la neta, no lo vamos a negar, todo ha estado rete gacho, [...] yo mismo ya andaba colgando los tenis cuando me infecte de COVID, [...] uta, no, si te contara por todo lo que hemos pasado nosotros, nuestra familia, las amistades y los artesanos que conocemos, la neta que no acabamos, [...] pero mira, nosotros ya aprendimos que no podemos esperar ayuda del gobierno, por eso nos apoyamos entre nosotros. Ya, la hemos sufrido mucho, [...] no es la primera crisis ni económica, ni de salud que nos aventamos [...] también, ya aprendimos a reinventarnos, para todo somos creativos y no se nos cierra el mundo. Los artesanos somos bien correosos, [...] no nos doblamos a pesar de las tempestades, ¡si seguimos aquí es porque, le echamos un chingo de ganas y corazón a lo que hacemos! (S, comunicación personal, 2022).

Ilustración 7.1.1. Afectaciones a la rama artesanal



Fuente: Elaboración propia con base en el trabajo de campo.

Dentro de los principales aprendizajes que se generaron a lo largo de esta tesis se destaca el impacto del entorno los emprendimientos artesanales, principalmente de las medidas tomados por las instancias gubernamentales. Dentro de los aspectos más importantes, se deben de enunciar las medidas tomadas por los emprendimientos que sobrevivieron a la pandemia de la COVID-19. Dentro de estas se destaca la necesidad económica, el carácter y la vocación de los artesanos, la adaptación al cambio, el establecimiento de estrategias de producción, diseño y comercialización, y la creación y consolidación de redes de apoyo. Al respecto de la fase de comercialización, el uso de los medios digitales y principalmente de redes sociales como Facebook, Instagram y WhatsApp fue indispensable para subsistir.

Durante el trabajo en campo, se verificó que, la producción de artesanías representativas del país converge en el corredor turístico Tijuana-Ensenada, los negocios artesanales refieren ser prueba tangible de los oficios ancestrales de México. Aunque las unidades económicas de esta región no fueron las únicas a las que les ha afectado la pandemia, a pesar de que a la mayoría de ellas no les es posible acceder a apoyos de fomento a las artesanías, ni a apoyos de

emprendimiento, se resisten a desaparecer. En línea con lo anterior cobra mayor sentido lo expresado a por un artesano de la trayectoria híbrida, que alcanzó el nivel de resiliencia estratégica.

Pues, hoy que veo para atrás y que ni me la creo [...] de todo lo vivido, todo lo aprendido, [...] toda la evolución que tuvimos, todo lo que estuvo en juego. Hasta nuestra vida, ¡¡¡jolaaa! y pues sí, se nos fueron algunos y con ellos tantos secretos de producción y de cosmovisión. Porque la artesanía, pues para nosotros no es solo un negocio o un trabajo, [...] es una forma de vida, este, pues es nuestra historia y nuestra cultura, [...] pues es la herencia de nuestros abuelos, ósea nuestros antepasados. Pero mira, la supimos defender y ahora aquí estamos, si, así, sin el apoyo del gobierno, [...] luchamos y sobrevivimos con nuestros propios recursos, como los guerreros que somos, [...] me da un chingo de coraje por que no hubo apoyo para los artesanos, pero si para los artistas estudiados, pero mejor así, [...] el gobierno no puede decir que gracias a ellos sobrevivimos y pues aquí estamos más fuertes que nunca. [...] lo bueno es que tenemos vida, vida para no dejar morir nuestros oficios, y [...] pues apoyar a otros artesanos y no artesanos, en general a los que quieren echarle ganas a la vida, aprender y no encuentran oportunidades. [...] Con todo y todo, pues por eso digo, pues si, la verdad que sí, la pandemia es lo mejor que me ha pasado. (D, entrevista, 2022).

7.2. Propuesta para política pública que contribuya al rescate, fortalecimiento y preservación de las unidades económicas artesanales en el corredor turístico, Tijuana-Ensenada.

La república mexicana posee abundante capital cultural y tradicional. A lo largo y ancho del territorio es posible distinguir la abundancia de artesanías que son producto de costumbres y en muchos de los casos son herencias patrimoniales milenarias.

Las artesanías continúan en el mercado nacional e internacional porque los oficios artesanales se han perpetuado gracias a los y las productoras artesanas que siguen elaborando piezas que tienen utilidad en la vida diaria, en las actividades ceremoniales y lúdicas. Cada pieza tiene particulares formas, texturas y tonalidades convirtiéndolas en piezas únicas; estas características son el sello que él o la autora imprime en cada pieza. Adicionalmente es importante reconocer que cada pieza artesanal esta cargadas de experiencias y significados.

La producción artesanal y las personas hacedoras en el pasado fueron altamente apreciadas y valoradas, pero al pasar del tiempo han sufrido una severa decadencia. Lo anterior debido a diversos factores, algunos de estos están relacionados con la industrialización; la desvalorización del oficio por ser un conocimiento que se transfiere a través de las generaciones y no en la academia; la falta de voluntad gubernamental e institucional dedicada al apoyo y fomento; entre muchos otros factores.

Esta actividad económica ha enfrentado diversas catástrofes climáticas, crisis económicas, violencia estructural, simbólica e institucional, así como diversas crisis sanitarias generadas por pandemias como, el *virus de inmunodeficiencia humana* (VIH), la peste negra enfermedad infecciosa producida por la bacteria *Yersinia pestis*, la pandemia de gripe de 1918, conocida como la gripe española; la gripe H1N1, causada por la variante /09 del Influenza virus A.; y recientemente la pandemia de la COVID-19 causada por el virus SARS-CoV-2. En su momento cada situación ha causado fuerte debilitamiento del mercado, pues este sector tiene alta dependencia de los consumidores. En la actualidad en algunas áreas geográficas, como en el corredor costero Tijuana-Ensenada, el turismo es crucial. De acuerdo con Osorio, H (2020) existe evidencia de que las pandemias afectan el curso de dependencia con el que se caracterizan algunas economías.

A pesar de las afectaciones derivadas de la COVID-19, además de otras problemáticas ya existentes, el sector artesanal ha mostrado niveles de resiliencia, lo cual pone de manifiesto la resistencia a desaparecer. Evidentemente la pandemia aceleró cambios en los procesos de operación de los gobiernos y negocios. Asimismo, los consumidores también han tenido que hacer cambios en sus formas de adquirir los productos y adaptarse a las formas de ofertar de los productores.

A decir de algunos artesanos, el panorama futuro de estos negocios continúa siendo de riesgo para permanecer. La incertidumbre e inestabilidad no se ha superado, debido a factores existentes antes de la COVID-19 no abordados y otros que llegaron con la pandemia, todo ello aunado al débil apoyo gubernamental e institucional.

La presente tesis mostró que, el insipiente apoyo gubernamental a este sector de la economía se encuentra dirigido a un número muy reducido de productores étnicos, el resto desarrollan sus capacidades, generan sus redes de apoyo y producen innovación con sus propios recursos. Los dueños de negocios ubicados en el corredor turístico Tijuana-Ensenada realizaron diversos señalamientos a servidores públicos que, en su opinión, no están capacitados para cumplir con su labor de impulso y mucho menos de representación al sector artesanal, más bien el tema artesanal es utilizado para fines de proselitismo. Con la finalidad de representar el argumento de los artesanos entrevistados aquí se ofrecen tres ejemplos que representan la razón por la cual hay desconfianza y baja credibilidad en servidores públicos.

El primer ejemplo es el de la presidenta de la comisión de atención a grupos vulnerables, a quién, en un encuentro con personas de las etnias de Guanajuato, le entregaron un pliego de peticiones con el objetivo de trabajar soluciones conjuntas a las problemáticas planteadas. En respuesta la presidenta de la comisión dijo:

“yo me las imagino en el campo, yo las creo en sus casas haciendo artesanías, yo las pienso y las visualizo haciendo el trabajo de sus comunidades indígenas y sé que eso es lo que ustedes quisieran realizar y hacer. [...], si ustedes deciden abandonar sus tierras y sus tradiciones el pueblo mexicano nos quedamos sin nuestras raíces [...] escucho a los chichimecas y a los panes en los mercados de san Luis de la paz vendiendo nopales [...] no sé quién lo haría si no lo hacen ustedes” (Govea, L., 2016. 00m 12s).

La opinión que expresaron algunos artesanos en el corredor turístico Tijuana-Ensenada estuvieron relacionadas a que la presidenta de la comisión de atención a grupos vulnerables asume una postura maternalista, la cual desaprueban. Además, consideran que ella no puede asumir lo que los artesanos y artesanas realmente quieren sin antes preguntarles y generar dialogo. Aclaran que la actividad artesanal no consiste en la comercialización de nopales. Reprueban la responsabilidad de que “el pueblo mexicano nos quedamos sin nuestras raíces” (Govea, L., 2016. 00m 35s) si deciden salir de sus lugares de origen, al respecto un artesano que elabora tortilleros con hojas de pino en la técnica de cestería argumenta que para muchos artesanos migrar a la franja fronteriza

“no es por gusto, fue por la harta necesidad, porque haya de donde somos, de plano pos, este, no hay nada y luego nuestras artesanías las quieren casi regaladas. Pero aquí en Tijuana seguimos luchando para no abandonar lo que es nuestro oficio” (artesano 6 de Tijuana comunicación personal, 2021).

El segundo ejemplo se trata del presidente de la Comisión de Turismo de la Cámara de Diputados, en el Palacio Legislativo de San Lázaro, en la presentación del Cinturón Maya II, en la lectura de su discurso, dijo en el minuto 5:40, “con este cinturón maya número dos suman ya seis, donde se reconocen culturas como la *huachicol*, la chiapaneca y ahora la maya, además del reconocimiento a nuestros artesanos que con su trabajo hacen verdaderas obras maestras” (Alegre, L., 2019. 5m 40s). cabe mencionar que el vocablo *huachicol* es utilizado para referirse a la gasolina o diésel que ha sido adulterado o robado, al respecto una artesana de la cultura huichol comenta. “sí, así nos representan, [...] mejor que nadie nos represente, como se ve que no es artesano, [...] no sabe ni lo que dice, ni porque lo está leyendo” (artesana 5 de Tijuana, comunicación personal, 2022).

El tercer ejemplo es relacionado al evento Art Walk 2022 realizado en el Centro Estatal de las Artes Rosarito, el organizador de este evento invito personalmente a los participantes de este evento, para ello generó y entregó el siguiente texto:

“Este evento se encuentra coordinado por el colectivo Los Naguales Arte y Cultura Mexicana , con apoyo de Rosarito Art Fest A.C. , Secretaría de Turismo de Baja California, Comité de Turismo y Convenciones de Playas de Rosarito , Fideicomiso para la promoción de Playas de Rosarito, Secretaría de Cultura de Baja California y el Centro Estatal de las Artes Playas de Rosarito; quienes unen esfuerzos para brindarle a los visitantes una celebración a los sentidos, donde concurren artistas plásticos, diseñadores, así como chefs, mixólogos, y empresas de vino y cerveza artesanal, todo esto enmarcado dentro de un ambiente festivo de la celebración de las artes.”(información proporcionada mediante texto fotografiado por artesano 3 de Rosarito, comunicación personal, 2022).

Este evento como otros que se han llevado a cabo en este municipio generaron el descontento del gremio artesanal, solo para ilustrar el sentir de los artesanos se recurre a los siguientes dos testimonios:

“ya sabemos que el organizador es el único que gana, [...] a él le paga el gobierno por ser el Coordinador de Relaciones Públicas de la Secretaría de Cultura y representa a Rosarito, [...] le dan dinero para hacer eventos, así que él solito se contrata como organizador, además es el dueño de Los Naguales, de Art Fest y hasta es el dueño de las carpas, mesas y sillas que se rentan para los eventos, así que negocio redondo” (artesano 2 de Rosarito, comunicación personal, 2022).

“pos ya hasta estamos acostumbrados, otra vez nos discriminan, [...] ninguno de los artesanos recibimos la invitación para el Art Walk 2022, a, pero eso si cuando al

organizador le conviene hasta como pavorreal sale diciendo públicamente que representa los artesanos de Rosarito [...]. Lo bueno que nosotros solitos si podemos y si seguimos es porque amamos lo que hacemos no porque nos paguen o por quedar bien con alguien, todo, todo lo que hacemos, aunque sea sencillo, pero es con nuestros propios medios” (artesano 4 de Rosarito, comunicación personal, 2022).

Ilustración 7.2.2. Art Walk 2022, Playas de Rosarito



Fuente: Art Walk Rosarito, (Facebook, 2022)

La pertinencia de crear políticas públicas que contribuyan al fortalecimiento de la producción artesanal tiene que ver con la conservación del patrimonio, el arte, la cultura, las generación de empleo, la aportación al producto interno bruto, en palabras porque esta actividad contribuye al desarrollo económico y regional; y porque, quizá, las habilidades y conocimientos artesanales podrían ser de utilidad en situaciones catastróficas de la humanidad: La charla que sostuvieron dos artesanos, uno de Mexicali y uno de Rosarito en San Felipe B.C. durante una expo artesanal ilustra esta última idea.

El artesano de Rosarito dice, “haber nomas piensa, si se acaba la electricidad, el petróleo y todo lo que conocemos, ¿quiénes le van a salir al toro?” a lo que el artesano de Mexicali responde, “no pues, pues si no pueden funcionar las industrias yo no sé qué [...] va a pasar con la humanidad, haber tu di quienes”, a lo que con seguridad y sin titubear el artesano de Rosarito responde “pues nosotros, ¡papá!, nosotros los artesanos, [...] mira, nosotros nomas con nuestras manitas lo hacemos todo, hasta de la naturaleza hacemos nuestras herramientas, porque además muchos artesanos saben de cultivo y ganadería, así que no necesitamos la industria”.

Enseguida el artesano de Rosarito le pregunta a una artesana, a la que le llamó la atención lo que escuchaba y se acercó, “haber dinos, ¿tu macramé nomas es para joyería?”, la artesana que escuchaba responde “claro que no, también podría hacer redes para pescar, morrales para cargar cosas, muebles, ropa y muchas cosas más”, el artesano de Rosarito le preguntó, “y si ya no fabrican la tijera con la que cortas tus hilos, ¿qué arias?” la respuesta de la artesana fue, “hay pues bien fácil, pos, corto con fuego”, el artesano hace una pregunta más a la artesana “pero estamos hablando que ya no hay industria, si ya no se fabrica el encendedor que traes en la mano” a lo que la artesana con firmeza le responde, “pos, tú que eres orfebre, me haces un cuchillo a puro golpe, o que eres lapidario me haces un cuchillo de obsidiana o hago fuego con piedras”, la última pregunta que le realiza es, “¿y, como ya no hay fabricas que hagan hilo, que harías?” la respuesta de la artesana fue, “los artesanos siempre tenemos solución, haría lo que de por sí ya hacemos, hacer hilo de la lana de borrego, de la planta de algodón, iscle del maguey, paque les cuento, ya saben hay mucho de la naturaleza que podemos usar”.

En seguida el artesano de Rosarito se dirige al artesano de Mexicali y le pregunta “¿ahora que piensas?” el artesano de Mexicali responde “no, pos si, tienes razón, los artesanos podemos ayudar a la sobrevivencia, fijate que no lo había pensado así, entos, andamos mal ¿por qué, nosotros mismos no nos damos el valor de lo que sabemos?”.

Durante el trabajo en campo fue evidente la necesidad de abordar las complejidades que contribuyan al rescate, el fortalecimiento y preservación de las unidades económicas artesanales del corredor turístico Tijuana-ensenada a través de políticas públicas holísticas. De ello nace la propuesta de la utilización simultanea de diversos métodos que contribuyan a generar políticas públicas que atiendan los diversos ejes pendientes, como dice un artesano “que se atienda la deuda que desde siempre el gobierno tiene con nosotros, en todos los temas” (artesano 1 de Tijuana, comunicación personal, 2022).

Se requiere la elaboración de una tipología de política pública que incluya diversos enfoques y métodos que permitan un análisis integral, el cual sea la guía para la implementación de la misma. También es necesario establecer lineamientos acordes para la evaluación de las políticas públicas que se generen. En este sentido se identifican cuatro métodos que podría ser de utilidad para crear políticas públicas holísticas.

Método conductual: Este método se caracteriza por tomar en consideración la psicología que tienen la población a la que estará dirigida la política pública, pues en diversos estudios se ha demostrado que los sentimientos, emociones y pensamientos influyen en las decisiones y comportamientos, por tanto, también se debe tomar en cuenta la psicología del tomador de decisiones, esto puede tener la ventaja de disminuir tiempo y volver más eficientes los acuerdos.

Método de acoplatura: Esta se ocupa de hacer coincidir tres elementos indispensables, uno es el problema el cual debe estar identificado plenamente, el segundo es el sistema político que acepte abordar el problema público, el tercer elemento es la toma de decisiones idóneas y practicas dirigidas a abordar el problema, para ello es vital que el tema se encuentre en agenda gubernamental o como también se le conoce en la agenda pública, de esa manera se genera la oportunidad de que el tema abordado tenga soluciones.

Método de desarrollo institucional: Este método no solo valora las acciones que el estado y la sociedad individual puede hacer, sino privilegia la organización colectiva de las personas uniendo esfuerzos por un tema en común. Al respecto hay ejemplos que cuando los

actores se organizan también tienen la capacidad de lograr soluciones, muchas de ellas creativas e innovadoras que a los gobiernos no se les hubiese ocurrido.

Método alternativo el sendero (*path dependence*): Este método, además de que valora la organización de los actores, también promueve la organización y trabajo coordinado entre instituciones y tomadores de decisiones para crear mayor fuerza, esto evita la duplicidad de esfuerzos, las acciones coordinadas interinstitucionales, multidisciplinarias, pueden enforcar de mejor manera todos los recursos disponibles.

El Informe Monitor Global de la Actividad Emprendedora México 2011, menciona que las políticas públicas que promueven el emprendimiento empresarial son actualmente una estrategia, sin embargo, hay que notar que dichas políticas públicas hacen referencia al emprendimiento empresarial en general, el sector artesanal no figura como una rama de importancia para México. Así mismo, artesanos del corredor turístico Tijuana-Ensenada identificaron que en el Servicio de Administración Tributaria no existe la categoría de “artesanos” por lo que tienen que identificarse únicamente como comerciantes, de igual manera al vincular las terminales de cobro electrónico con los bancos tuvieron que usar otras categorías. Por todo lo antes expuesto, se debe visibilizar y definir en su máxima expresión la actividad económica artesanal, tanto en el discurso, social, académico e institucional.

En las leyes vigentes existe la indicación del fomento al emprendimiento, por ejemplo en la Ley de Fomento a la Producción Artesanal del estado de Baja California, tiene por objeto, preservar, fomentar, promover, rescatar e impulsar el desarrollo de la actividad artesanal en lo económico y en lo cultural, facilitar la organización y operación de unidades de producción, reconocer al artesano como productor y proteger las artesanías como patrimonio cultural; sin embargo, para acceder a apoyos tanto económicos como de capacitación o respaldo, los procedimientos administrativos, fiscales y organizacionales son muchos procedimientos y algunos inalcanzables. Por ello se requiere visibilizar la actividad artesanal, identificar los aportes a la región y la creación de políticas públicas.

Las/os artesanas/os en la región son actores que reflejan la multiculturalidad de México. La actividad económica artesanal contribuye a la generación de empleos, representa el arte y la cultura, tiene relación directa en la contribución al desarrollo regional en Baja California, por tanto se deben generar políticas públicas que no discriminen en razón de género, etnia, procedencia ni oficio; políticas públicas con objetivos reales y prácticos que potencialicen el emprendimiento metodología y experiencias, que las leyes y las políticas existentes se implementen y se vigile su cumplimiento de la Ley Federal para el Fomento de la Microindustria y la Actividad Artesanal, publicada en el diario oficial de la federación el 26 de enero de 1988, última reforma publicada dof. 09-04-2012 y la Ley de Fomento a la Producción Artesanal del estado de Baja California, Publicada en el periódico oficial el 4, de fecha 20 de enero de 2012. En ellas se incluyen de manera puntual las siguientes acciones:

- Preservar, fomentar, promover, rescatar e impulsar el desarrollo de la actividad artesanal en lo económico y cultural.
- Facilitar la organización y operación de unidades de producción, reconocer al artesano como productor y proteger las artesanías como patrimonio cultural.
- Mercados local, nacional e internacional
- Exposiciones, videos.
- Directorio de personas físicas y morales: Otorgar apoyos y estímulos
- Catálogo de artesanías por localidad y/o región,
- Orientación, información y asesoría en cuanto al mercado artesanal.
- Talleres de producción y comercialización
- Facilitar y auxiliar todo tipo de trámites
- Reconocimiento y registro de Derechos de Autor y Preservación del Patrimonio Cultural
- Cédulas gratuitas de microindustria, con siglas "art", podrán ir impresas en los productos artesanales.
- Estudios, investigaciones y eventos para rescatar o preservar las artesanías tradicionales en riesgo de desaparición.

Para ello las mismas leyes en mención, otorgan la responsabilidad a la Secretaría de Bienestar para establecer los convenios necesarios con:

- a) El Instituto de Cultura de Baja California.
- b) La Secretaría de Educación y Bienestar Social.
- c) El Instituto Nacional de Antropología e Historia.
- d) La Dirección General de Culturas Populares.
- e) El Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

De acuerdo con la legislación existente las tareas mínimas que las siguientes dependencias deben realizar para coadyubar en el fortalecimiento y fomento al sector artesanal son:

Secretaría de Trabajo y Prevención Social (STPS)

- Talleres y cursos de capacitación
- Sistematizar y clarificar las técnicas diseños y procesos de producción
- Impulsar nuevas técnicas, intercambio de experiencias con otros artesanos del país y del extranjero, para buscar la excelencia y maestría en la producción artesanal.

Secretaría de Bienestar

- Asesoría para mejorar procesos de producción, maquinaria, herramientas y materias primas.
- Reconocimiento jurídico, acceso a créditos preferenciales y programas de inversión
- Auxiliará en la integración de solicitudes y expedientes técnicos para obtener financiamiento

La Secretaría de Educación y del Bienestar

- Talleres-mercado de artesanías, sistematizarse planes y programas de estudio, abarcando las áreas de producción, organización, administración y comercialización, buscando la eficacia, competitividad y excelencia de la actividad artesanal.

En conclusión, se propone que previo a generar nuevas políticas públicas, es vital que las políticas actuales se lleven a cabo y busquen realmente el beneficio del gremio artesanal en general y no se centren en sólo unos artesanos. Para ello, es necesario hacer reformas transversales, pues si bien en las leyes de fomento artesanal tanto federal como estatal se reconoce la importancia de este sector, en otras instancias como la Secretaría de Administración Tributaria no tienen una clasificación y regímenes específicos para los artesanos.

BIBLIOGRAFÍA

- Alegre, L., (2019. 5m 40s) el presidente de la Comisión de Turismo de la Cámara de Diputados, en el Palacio Legislativo de San Lázaro, en la presentación del Cinturón Maya II, <https://www.milenio.com/deportes/extra-cancha/cmb-diputado-confunde-cultura-huichol-huachicol>
- Álvarez de William, Anita (2007). Primeros pobladores de Baja California. CONACULTA Mexicali.
- Aristegui Noticias. (2020, mayo 12). Estos son los 4 acuerdos del Consejo de Salubridad para reanudar actividades en el país. Aristegui Noticias. <https://aristeguinoicias.com/1205/mexico/estos-son-los-4-acuerdos-del-consejo-de-salubridad-para-reanudar-actividades-en-el-pais/>
- Bejarano, (2013) Bejarano Suárez, Alma Sonia (2013). Artesanos urbanos Tijuanaenses: Una investigación pendiente. CUT, Tijuana, B.C. Año 1, Número 3. No. 04-2014-021719064000-203, ISSN 2007-8854. <http://www.altamira.cut.edu.mx/archivos/ver/3/articulos/ver/15>
- Bejarano, (2017) Bejarano Suárez, Alma Sonia (2007). El mueble en la historia de Baja California, IMAC, Tijuana, B.C. ISBN 978-607-00.
- Bertaux, D. (2005). Los relatos de vida: Perspectiva etnosociológica (G. González González, Trad.). Bellaterra.
- Bourdieu, P. (1997). Razones prácticas: Sobre la teoría de la acción. Anagrama. <https://archive.org/details/pdfy-713FEJu6EzX4fV8p/mode/2up>
- Burton, Erlinda (1973), “Culturas prehistóricas en el Valle Imperial”, Calafia, vol. II, núm. 2, México.
- Carrillo, J., et al. (2020). Carrillo, J., Gomis, R., de los Santos, S., Hualde, A., y García, H. (2020) Impactos de COVID-19 en las empresas de Baja California. El Colegio de la Frontera Norte a través del Departamento de Estudios Sociales invita al Seminario Permanente de Estudios Sociales. <https://www.colef.mx/evento/seminario-permanente-de-estudios-sociales/>
- Castro, José Luis. (2002). La Comisión Internacional de Límites y Aguas entre México y los Estados Unidos. *Frontera norte*, 14(27), 261-264. Recuperado en 17 de septiembre de 2022, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-73722002000100011&lng=es&tlng=es.

- Consejo de Salubridad General. (2020, marzo 30). ACUERDO por el que se declara como emergencia sanitaria por causa de fuerza mayor, a la epidemia de enfermedad generada por el virus SARS-CoV2 (COVID-19). Diario Oficial de la Federación (DOF), Secretaría de Gobernación. https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5590745&fecha=30/03/2020
- Consejo Estatal para el Desarrollo Integral de los Pueblos Indígenas y Secretaría de Desarrollo Social. https://cedipiem.edomex.gob.mx/actividades_nahua#:~:text=En%20algunas%20comunidades%20nahuas%20apoyan,soplado%20y%20textiles%20de%20lana.
- Cordero-Cortés, Patricia, Núñez-Espinoza, J. Felipe, Hernández-Romero, Oliverio, & Arana-Coronado, Oscar A. (2014). Factores resilientes en micro y pequeñas empresas rurales. *Agricultura, sociedad y desarrollo*, 11(4), 481-498. Recuperado en 20 de septiembre de 2022, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-54722014000400003&lng=es&tlng=es.
- Davolos, P. (2001). Después de la privatización: Trayectorias laborales de trabajadores con retiro voluntario. *Estudios del Trabajo*, 21, 69–94.
- De los Santos, S., y Covarrubias, L. (En prensa). Modelo GIDI: cogeneración de conocimiento en medio de la pandemia. En F. Lara, J. Carrillo, y R. Gomis (Eds.), *Perspectivas regionales del impacto de la COVID-19 sobre las empresas: Crisis, adaptación, y resiliencia*. Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo (CIAD).
- Diedrich, D., Northcote, N., Röder, T., y Sauer-Sidor, K. (2021). Strategic resilience during the COVID-19 crisis. *McKinsey Quarterly* [online]. <https://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/strategic-resilience-during-the-covid-19-crisis> Diedrich, Northcote, Röder, y Sauer-Sidor, (2021). (Diedrich et al., 2021).
- Dr. Miguel Olmos Aguilera. jueves 20 de septiembre de 2018. El pueblo Kumiai: la línea que los cruzó. <https://www.colef.mx/estemes/el-pueblo-kumiai-la-linea-que-los-cruzo/#:~:text=son%20los%20Kumiais%3F-,Dr.,en%20el%20sur%20de%20California.>
- Dra. María Alba Bovisio, Profesora de la Universidad de Buenos Aires, UNSAM.
- Dra. Sol Rubin de la Borbolla, Centro Daniel Rubín de la Borbolla A.C. Modera: Dra. Deborah Dorotinsky

- Elder, G., et al. (2003) Elder, G., Kirkpatrick, M., Crosnoe, R. (2003). The emergence and development of life course theory. En: J. Mortimer and M. Shanahan (Eds.). Handbook of the Life Course (pp. 3- 19). New York: Kluwer Academic/ Plenum Publishers.
- Everardo Garduño (2015), Pueblos Indígenas de México en el Siglo XXI. YUMANOS. Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas. Primera edición, ISBN 978-607-718-041-8. <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/196965/cdi-monografia-yumanos-web.pdf>
- Exhibir el arte popular mexicano (1921-1947). Mtra. Mireida Velázquez Torres, directora Museo San Carlos.
- Exhibir el arte popular mexicano (1921-1947): Mtra. Mireida Velázquez Torres, directora Museo San Carlos.
- Expo Nativa (2022). <https://m.facebook.com/Expo-Nativa-2022-403900676300447/>
- FONART. (2021) “Diagnóstico situacional del sector artesanal en México durante el período de la pandemia por el COVID-19”. <https://www.gob.mx/fonart/documentos/diagnostico-situacional-del-sector-artesanal-en-mexico-durante-el-periodo-de-la-pandemia-por-el-covid19>
- Frassa, J. (2007). Rupturas y continuidades en el mundo del trabajo: Trayectorias laborales y valoraciones subjetivas en un estudio de caso. Cuestiones de sociología: Revista de estudios sociales, 4, 243–266.
- Garduño, Everardo. (2010). Los grupos yumanos de Baja California: ¿indios de paz o indios de guerra? Una aproximación desde la teoría de la resistencia pasiva. Estudios fronterizos, 11(22), 185-205. Recuperado en 17 de septiembre de 2022, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-69612010000200007&lng=es&tlng=es.
- GIDI. (2020). Encuesta sobre “Impactos de la contingencia sanitaria (COVID-19) en las empresas de regiones seleccionadas en México” (Fase II). Grupo de Investigación Interinstitucional (GIDI).
- Govea, L., (016. 5m 40s.) asamblea de la comisión de atención a grupos vulnerables, Guanajuato. https://www.youtube.com/watch?v=Fce8tdjGbx0&t=30s&ab_channel=ZonaFranca
- INEGI. (2017-2021). “censo de población y vivienda” en México. <https://www.inegi.org.mx/rnm/index.php/catalog/632#:~:text=El%20levantamiento%20de%20los%20censos,causa%20de%20la%20Revoluci%C3%B3n%20Mexicana.>

- Lera, C., et al. (2007) Lera, C., Genolet, A., Rocha, V., Schoenfeld, Z., Guerrira, L. y Bolcatto, S. (2007). Trayectorias un concepto que posibilita pensar y analizar otros caminos en las intervenciones profesionales del trabajo social. *Revista Cátedra Paralela*, N.4. ISSN 1669-8843.
- Lera, C., Genolet, A., Rocha, V., Schoenfeld, Z., Guerriera, L., y Bolcatto, S. (2007). Trayectorias: Un concepto que posibilita pensar y trazar otros caminos en las intervenciones profesionales del Trabajo Social. *Cátedra Paralela*, 4, Art. 4. <https://doi.org/10.35305/cp.vi4.170>
- Ma. Pomar, T. (2011) <http://www.artesaniasmexicanas.com/artesantias/centenaria-presencia-de-las-artesantias.htm>
- Marcela Terrazas (1990). Hacia una nueva frontera. baja california, en los proyectos expansionistas norteamericanos, 1846-1865 <https://moderna.historicas.unam.mx/index.php/ehm/article/view/68870/68877>
- Mtra. Cordero, K. (2015), La invención del arte popular y la construcción de la cultura visual moderna en México. Investigadora independiente.
- Museo de Sitio Campo Alaska (2021), Centro INAH de Baja California, La Rumorosa, Tecate, Baja California.
- Nahón, C., Rodríguez, C., y Schorr, M. (2006). El pensamiento latinoamericano en el campo del desarrollo del subdesarrollo: Trayectoria, rupturas y continuidades. En F. Beigel, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, y Programa Regional de Becas de CLACSO (Eds.), *Crítica y teoría en el pensamiento social latinoamericano* (1. ed, pp. 327–388). CLACSO.
- National and international competitions for artesanos: Dra. Sol Rubin de la Borbolla, Centro Daniel Rubín de la Borbolla A.C.
- Ochoa, Jesús (1976), “Caciques, señores, capitanes y gobernadores. Nombramientos indígenas en Baja California”, *Calafia*, vol. III, núm. 3, México, pp.15-25. _____ (1979), “Distribución actual de los grupos indígenas de Baja California”, *Calafia*, vol. IV, núm. 1, México, pp.10-18.
- Ogás, Yolanda Sánchez. (2006). *Manos nativas Artesanías indígenas de Baja California*. México. ISBN 968 6418 43 1.
- Ortiz Riaga, C., Morales, M. E., y León Paime, E. F. (2014). Trayectorias y condiciones para la innovación en empresas de propiedad femenina: Análisis comparativo de dos ciudades colombianas. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, XXII (2), 159–184.

- Ortiz, C., et al. (2014) Ortiz, C., Morales, M., y Edison Fredy león, E. (2014) trayectorias y condiciones para la innovación en empresas de propiedad femenina: análisis comparativo de dos ciudades colombianas
- Owen, Roger (1959), "The Indians of Santa Catarina, Baja California Norte, Mexico", Concepts of Disease and Curing Ph.D. dissertation, Los Ángeles, Department of Anthropology, University of California. _____ (1963), "Indians and Revolution: The 1911 Invasion of Baja California, Mexico", *Ethnohistory*, vol. 10, núm. 4, Estados Unidos, pp. 373-395.
- Rivera Manzanares y Vazquez 2008 Artesanía como producción cultural susceptible de ser atractivo mex https://es.slideshare.net/vladimirvargass/rivera-manzanares-vazquez-2008-artesania-como-produccion-cultural-susceptible-de-ser-atractivo-mex?from_action=save
- Romero, J. (2021). Economía Evolutiva (Documentos de trabajo DT-2021-3; p. 49). El Colegio de México. <https://cee.colmex.mx/documentos-de-trabajo/2021>
- Secretaría de Salud. (2020, marzo 31). ACUERDO por el que se establecen acciones extraordinarias para atender la emergencia sanitaria generada por el virus SARS-CoV2. Diario Oficial de la Federación (DOF), Secretaría de Gobernación. https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5590914&fecha=31/03/2020
- Sennett, R. (2008), *the craftsman* (Trad. Galmarini, M. 2009). Yale University Press New Haven, editorial ANAGRAMA, S. A., 2009 Pedro de la Creu, 58 08034 Barcelona. ISBN: 978-84-339-6287-4. Depósito Legal: B. 4055-2009. Printed in Spain Liberdilplex, S. L. U., ctra. BV 2249, km 7,4 - Polígono Torrentfondo 08791 Sant Llorenç d'Hortons. Para Alan y Lindsay
- Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera | 13 de febrero de 2020. Fundación de Baja California, <https://www.gob.mx/siap/articulos/fundacion-de-baja-california>
- Sol Rubín de la Borbolla (2022), Artes Populares en el siglo XX, seminario de investigación, Instituto de Investigaciones Estéticas UNAM [video]. https://www.youtube.com/watch?v=v8XabALiLMc&ab_channel=InstitutoInvestigacionesEst%C3%A9ticasUNAM. (8m 41s)
- Turok, (2019), Entrevista a Marta Turok, Antropóloga. Programa: Aquí con Javier Solórzano, Canal 11. https://www.youtube.com/watch?v=YK_qeVUnmP8&ab_channel=CanalOnce
- Turok, López F, Gómez, López I, (2014). Serie "Los Pueblos Indígenas Hoy" Programa "Arte y Artesanía desde la Perspectiva de los Pueblos Indígenas" [video]. Instituto nacional de

antropología

e

historia.

https://www.youtube.com/watch?v=_S2XlAkvBI&t=735s&ab_channel=ProMDyA

Välikangas, L., & Hamel, G. (2003). En busca de la resiliencia. *Harvard Business Review*, 81(9), 40-52.

Vargas Leyva, M. R. (2000). Trayectoria profesional de los ingenieros en la industria maquiladora electrónica: El caso de Sanyo Video Componentes. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 2(2), Art. 2. <https://redie.uabc.mx/redie/article/view/22>

ANEXOS

Anexo 1. Trayectorias de los negocios artesanales del corredor turístico Tijuana-Ensenada durante el contexto de la COVID-19

Trayectorias de los negocios artesanales del corredor turístico Tijuana-Ensenada durante el contexto de la COVID-19						
ID del negocio	Dimensión	Fase 1 28 febrero – 29 marzo 2020	Fase 2 30 marzo – 30 de mayo 2020	Fase 3 1 junio 2020 – 1 junio 2021	Fase 4 2 junio 2021 – actualidad	Trayectoria
A	Actividad artesanal	Alambrismo	Alambrismo	Alambrismo	Alambrismo	Hibrida
	Actividad mixta	Bisutería Fruta artística	Bisutería Fruta artística	Bisutería Fruta artística	Bisutería Comida comercialización de artesanías, plata y chapa de oro	
	Multi actividad	N/A	N/A	N/A	N/A	
B	Actividad artesanal	Alambrismo	Alambrismo	Alambrismo	Alambrismo	Hibrida
	Actividad mixta	Bisutería Fruta artística	Bisutería Fruta artística	Bisutería Fruta artística	Bisutería Comercialización de artesanías	
	Multi actividad	Arquitectura	N/A	Arquitectura	N/A	
C	Actividad artesanal	Urdimbre Herbolaria	Urdimbre Herbolaria	Urdimbre Herbolaria	Urdimbre Herbolaria	Resiliente
	Actividad mixta	Comercialización de artesanía, salvia y Jícuri Ceremonia de temazcales	Comercialización de artesanía, salvia y Jícuri Ceremonia de temazcales	Comercialización de artesanía, salvia y Jícuri Ceremonia de temazcales	Comercialización de artesanía, salvia y Jícuri Ceremonia de temazcales	
	Multi actividad	N/A	N/A	N/A	N/A	
D	Actividad artesanal	Orfebrería Macramé	Orfebrería Macramé	Orfebrería Macramé Lapidaria	Orfebrería Macramé Lapidaria	Hibrida
	Actividad mixta	Comercialización de antigüedades y artículos holísticos	Comercialización de antigüedades	Comercialización de antigüedades, artículos holísticos y plata	Comercialización de antigüedades, artículos holísticos y plata	
	Multi actividad	Comercialización de artículos varios de segunda mano	Comercialización de artículos varios de segunda mano	Comercialización de arreglos florales en fechas especiales	Comercialización de arreglos florales en fechas especiales	

E	Actividad artesanal	Alambrismo	Alambrismo	Alambrismo, macramé y talabartería	Alambrismo, macramé y talabartería	Resiliente
	Actividad mixta	N/A	N/A	N/A	N/A	
	Multi actividad	N/A	N/A	N/A	N/A	
F	Actividad artesanal	Bordado Tricot Crochet	Bordado Tricot Crochet	Bordado Tricot Crochet	Bordado Tricot Crochet	Resiliente
	Actividad mixta	N/A	N/A	N/A	N/A	
	Multi actividad	Venta por catálogo Demostradora de productos	Trueque Venta por catálogo	Trueque Venta por catálogo	Venta por catálogo Demostradora de productos	
G	Actividad artesanal	Macramé		Macramé	Macramé	Pausada
	Actividad mixta		Trueque	Trueque	N/A	
	Multi actividad	Circo social	Circo social	Circo social	Circo social	
H	Actividad artesanal	Urdimbre	N/A	Urdimbre	Urdimbre	Pausada
	Actividad mixta	Comercialización ropa <i>vintage</i>	Comercialización ropa <i>vintage</i>	Manualidades y <i>collage</i> Comercialización de artesanía, ropa y accesorios <i>vintage</i>	Manualidades y <i>collage</i> Comercialización de artesanía, ropa y accesorios <i>vintage</i>	
	Multi actividad	Administración de asociación civil	Administración de asociación civil	Administración de asociación civil	Administración de asociación civil	
I	Actividad artesanal	Talabartería	Talabartería	Talabartería	Talabartería	Resiliente
	Actividad mixta	N/A	N/A	N/A	N/A	
	Multi actividad	N/A	N/A	N/A	N/A	
J	Actividad artesanal	Macramé	N/A	N/A	N/A	Extinta
	Actividad mixta	N/A	N/A	Renta de departamento	Renta de departamento	
	Multi actividad					

K	Actividad artesanal	Macramé	Macramé	Macramé Lapidaria	Macramé Lapidaria	Resiliente
	Actividad mixta	N/A	N/A	N/A	N/A	
	Multi actividad	N/A	N/A	N/A	N/A	
L	Actividad artesanal	Orfebrería, Macramé	Orfebrería, Macramé Talabartería Urdimbre Bordado Crochet Costura	Orfebrería, Macramé Talabartería Urdimbre Bordado Crochet Costura	Orfebrería, Macramé Talabartería Urdimbre Bordado Crochet Costura	Hibrida
	Actividad mixta	N/A	Comercialización de artesanía	Comercialización de artesanía, productos holísticos y ceremoniales	Comercialización de artesanía, productos holísticos y ceremoniales	
	Multi actividad	Administración de asociación civil	Trueque Venta de artículos de segunda mano Administración de asociación civil	Administración de asociación civil	Administración de asociación civil	
M	Actividad artesanal	Alambrismo Macramé	N/A	N/A	N/A	Extinta
	Actividad mixta	N/A	N/A	N/A	N/A	
	Multi actividad	N/A	Regreso a su lugar de origen	Regreso a su lugar de origen	Regreso a su lugar de origen	
N	Actividad artesanal	Calado en madera y metales	Calado en madera y metales	N/A	Calado en madera y metales	Pausada
	Actividad mixta	Herbolaría	N/A	Herbolaría	Herbolaría	
	Multi actividad	N/A	N/A	N/A	N/A	
O	Actividad artesanal	Costura	N/A	N/A	N/A	Extinta
	Actividad mixta	N/A	N/A	N/A	N/A	
	Multi actividad	N/A	Comercialización de manualidades y artesanía y productos afines manufacturados	Comercialización de manualidades y artesanía y productos afines manufacturados	Comercialización de manualidades y artesanía y productos afines manufacturados	

P	Actividad artesanal	Cestería Joyería	Cestería Joyería	Cestería Joyería	Cestería Joyería	Resiliente
	Actividad mixta	Comercialización de salvia	Comercialización de salvia	Comercialización de salvia	Comercialización de salvia	
	Multi actividad	Cultivo y ganadería	Cultivo y ganadería	Cultivo y ganadería	Cultivo y ganadería	
Q	Actividad artesanal	Cestería Joyería	Cestería Joyería	Cestería Joyería	Cestería Joyería	Resiliente
	Actividad mixta	Comercialización de salvia	Comercialización de salvia	Comercialización de salvia	Comercialización de salvia	
	Multi actividad	Cultivo y ganadería	Cultivo y ganadería	Cultivo y ganadería	Cultivo y ganadería	
R	Actividad artesanal	Cestería Joyería	Cestería Joyería	Cestería Joyería	Cestería Joyería	Híbrida
	Actividad mixta	Comercialización de salvia	Comercialización de salvia	Comercialización de salvia	Comercialización de salvia	
	Multi actividad			Enseñanza comunitaria	Enseñanza comunitaria	
S	Actividad artesanal	Joyería	cubrebocas	Joyería cubrebocas	Joyería	Híbrida
	Actividad mixta	Bisutería, comercialización de artesanías y accesorios	comercialización de agua	Bisutería, comercialización de artesanías y accesorios	Bisutería, comercialización de artesanías y accesorios	
	Multi actividad	N/A	N/A	N/A	N/A	
T	Actividad artesanal	Talabartería	Talabartería	Talabartería	Talabartería	Resiliente
	Actividad mixta	Comercialización de artículos manufacturados, botanas y bebidas	Comercialización de artículos manufacturados, botanas y bebidas	Comercialización de artículos manufacturados, botanas y bebidas	Comercialización de artículos manufacturados, botanas y bebidas	
	Multi actividad	N/A	N/A	N/A	N/A	
U	Actividad artesanal	Tricot y crochet	Tricot y crochet	Tricot y crochet	Tricot y crochet	Resiliente
	Actividad mixta	N/A	N/A	N/A	N/A	
	Multi actividad	N/A	N/A	N/A	N/A	
V	Actividad artesanal	Urdimbre	N/A	N/A	N/A	Extinta
	Actividad mixta	N/A	N/A	N/A	N/A	
	Multi actividad	Cajera	N/A	Cajera	Cajera	
W	Actividad artesanal	Calado en madera	N/A	N/A	N/A	Extinta

	Actividad mixta	N/A	N/A	N/A	N/A	
	Multi actividad	Auxiliar de educación	Cuidado del hogar y familia	Cuidado del hogar y familia	Cuidado del hogar y familia	
X	Actividad artesanal	Lapidaria	Lapidaria Pan artesanal	Lapidaria	Lapidaria	Resiliente
	Actividad mixta	N/A	N/A	N/A	N/A	
	Multi actividad	N/A	N/A	N/A	N/A	

Fuente: Elaboración propia con base en el trabajo de campo.

Anexo 2. Consentimiento informado

Carta de consentimiento informado

Acepto libre y voluntariamente mi participación en el estudio sobre “trayectorias de negocios artesanales”, el cual consiste en responder una entrevista semi-estructurada que pretende aportar conocimiento, comprendiendo que mi participación es una valiosa contribución.

Tengo conocimiento que mi participación estará protegida por el anonimato y la confidencialidad, por tanto, acepto que la investigadora Avalos Salas Margarita grave la entrevista para su posterior transcripción y análisis, que tendrá como producto una tesis de la maestría en desarrollo regional del Colegio de la Frontera Norte (COLEF).

Baja California, a _____ dé _____ de 2022

Nombre y firma participante

Investigadora: Margarita Avalos Salas
Cel. (664) 190 2586

Firma

Anexo 3. Entrevista semiestructurada

Guía de entrevista semi estructurada “trayectorias de negocios artesanales”

1. Datos de la entrevista
 - a. Folio de la entrevista:
 - b. Fecha de la entrevista:
2. Datos demográficos
 - a. ¿Cuál es su sexo?
 - b. ¿Cuál es su nombre?
 - c. ¿Cuál es su edad?
 - d. ¿Cuál es su estado civil?
 - e. ¿Pertenece o se auto adscribe a alguna etnia indígena? ¿Cuál?
 - f. ¿Dónde nació?
 - g. ¿Hace cuánto vino a baja california?
 - h. ¿En qué municipio vive?
 - i. ¿Cuántos hijos tiene?
 - j. ¿Qué instrucción escolar concluida tiene?
3. Emprendimiento
 - a. ¿Cuál es el oficio que desempeña?
 - b. ¿Qué artículo/s elabora?
 - c. ¿Cuál es el nombre de su emprendimiento?
 - d. ¿Cuándo inició a producir artesanía?
 - e. ¿Cuándo inició a comercializar artesanía?
 - f. ¿Porque inicio a comercializar artesanía?
 - g. Históricamente, del total de sus ingresos económicos ¿qué porcentaje proviene de la comercialización de la artesanía que elabora?
4. Impacto inicial de la pandemia.
 - a. En el momento en el que comenzó la pandemia en México, ¿era la artesanía una actividad económica importante para usted? ¿Cómo artesano, como vendedor?
 - b. ¿Cómo lo afectó el decreto por el cual se prohíben las actividades económicas no esenciales?
 - c. Entonces, ¿Qué hizo para subsistir económicamente?

- d. ¿Siguió con la actividad artesanal? (en caso de que sí, ¿cómo hacía para mantenerla?: uso de redes, de tecnología, formas de comercializar o de producir, etc.). ¿Cómo diseñaba, cómo producía, como vendía, a quién?
 - e. ¿Le alcanzaba para vivir? ¿En qué proporción?
 - f. ¿Tuvo que realizar otras actividades económicas? ¿Cuáles? ¿Sigue haciendo esto?
5. Actualmente
- a. ¿Sigue realizando actividades relacionadas con la artesanía?
 - b. ¿Pudo recuperar los niveles de producción y venta antes de la pandemia? ¿En qué proporción?
 - c. ¿Por qué considera que pudo mantenerse, qué elementos favorecieron que no quebrara en su caso la actividad artesanal?
 - d. ¿Cómo ve su futuro dentro de la artesanía? ¿Va a seguir en la actividad?
¿Nada más la artesanía, o la va a conjugar con otras actividades? ¿O no va a seguir dedicándose a la artesanía?
 - e. ¿Conoce a otros artesanos que también hayan sobrevivido a la crisis de la pandemia?
 - f. ¿Conoce a otros artesanos que no hayan sobrevivido a la crisis de la pandemia?
 - g. ¿Hay algo más que quiera agregar?
6. Datos de contacto
- a. Teléfono celular
 - b. Redes sociales: Facebook. Instagram. Otras.
 - c. ¿Conoce alguna persona artesana que me pueda recomendar para entrevistarla?

¡Agradezco su participación en este estudio!

Anexo 4. Diario de observación no participante

Diario de observación no participante de las “trayectorias de negocios artesanales”		
Folio _____	Fecha _____	Horario _____
Oficio _____	Artesanía _____	Técnica _____
Municipio de residencia _____	Municipio de observación _____	Nombre del emprendimiento o artesano _____
Acción observada		
Participantes		
Descripción de la acción		
Análisis		
Notas extras		
Indicaciones para la observadora	Utilizar: Doble entrecomillado para expresiones literales. Comillas simples para lo que se cree fue dicho	

La autora es Licenciada en Informática por la Universidad autónoma de Baja California e Ingeniera por la Universidad Nueva Baja en Playas de Rosarito Baja California.

Defensora de Derechos Humanos laborales con Perspectiva de Género hace 20 años, fundadora e integrante de dos asociaciones civiles.

Coautora del capítulo Transcending Borders, Testimonios of Resistance on the US-México Border, en el Libro, Aztlán a journal of Chicano Studies, Volumen 38, Numero uno. Editorial Board. (2013). San Diego, California, Estados Unidos.

Coautora del capítulo Construyendo Ciudadanía laboral en la frontera norte de México, en NB – Núcleo Básico de Revistas Científicas Argentinas (Caicyt-Conicet) No. 29, invierno 2017, Santiago de Estero, Argentina.

La Comisión de Derechos Humanos de la CDMX le otorgó el premio nacional “Hermila Galindo” por su destacada trayectoria en la promoción de una cultura de respeto a los derechos humanos laborales, derechos de las mujeres e igualdad de género, 2017.

La cámara de diputadas/os y la fundación Raquel Berman le otorgó el premio “la resiliencia femenina frente a la adversidad”, 2020.

Participo en el documental “Industrial land HQ SP” 2021

Egresada de la Maestría en Desarrollo Regional de El Colegio de la Frontera Norte.

Correo electrónico: magui2001camx@yahoo.com.mx

© Todos los derechos reservados. Se autorizan la reproducción y difusión total y parcial por cualquier medio, indicando la fuente.

Forma de citar:

Avalos Salas, Margarita (2022). “Trayectorias de los negocios artesanales en el corredor turístico Tijuana-Ensenada durante el contexto de la pandemia de COVID-19”. Tesis de Maestría en Desarrollo Regional. El Colegio de la Frontera Norte, A.C. México. 263 pp.