



La frontera en la resiliencia de los negocios artesanales del corredor Tijuana-Ensenada durante la pandemia*

The border in the resilience of artisanal craft businesses in Tijuana-
Ensenada corridor during the pandemic

Margarita Ávalos**

Colectivo Ollin Calli Tijuana, México

Redi Gomis***

El Colegio de la Frontera Norte, México

Resumen

El artículo busca entender el entramado de prácticas sociales transfronterizas que gravitan sobre el ecosistema artesanal del corredor turístico Tijuana-Ensenada, en Baja California, un sector caracterizado por dificultades estructurales: negocios pequeños, precarios y carentes de apoyos gubernamentales. El valor de estas prácticas transfronterizas se reveló con fuerza durante la crisis generada por la pandemia de COVID-19, pues fueron importantes en la resiliencia mostrada por esos emprendimientos artesanales. El análisis de estas prácticas se basa en 24 entrevistas realizadas a propietarios de estos negocios en el 2022. A través de ellas, se muestra cómo los artesanos y artesanas buscaron activamente estrategias para superar las dificultades derivadas del cierre parcial de la frontera terrestre Tijuana-

* Este texto se basa en la tesis de Maestría en Desarrollo Regional de Margarita Ávalos Salas, coautora del artículo.

** Maestra en Desarrollo Regional, El Colegio de la Frontera Norte. Directora del Colectivo Ollin Calli Tijuana. Correo electrónico: magui2001camx@yahoo.com.mx ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-6397-1197>

*** Doctor en Ciencias Sociales, El Colegio de la Frontera Norte. Profesor-investigador en el Departamento de Estudios Sociales, El Colegio de la Frontera Norte. Correo electrónico: rgomis@colef.mx ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1515-3929>

Cómo citar este artículo: Ávalos, M. y Gomis, R. (2024). La frontera en la resiliencia de los negocios artesanales del corredor Tijuana-Ensenada durante la pandemia. *Si Somos Americanos. Revista de Estudios Transfronterizos*, 24, 1-29. <https://doi.org/10.61303/07190948.v24i.1127>



San Diego y así encontrar maneras de continuar las mencionadas prácticas transnacionales. Además, inesperadamente, se beneficiaron del activismo de los turistas estadounidenses que residen en el mismo corredor costero donde comúnmente han operado los negocios artesanales.

Palabras clave: artesanos, artesanas, pandemia, COVID-19, Frontera México-Estados Unidos.

Abstract

The study seeks to understand the network of cross-border social practices that gravitate over the artisan ecosystem of the Tijuana-Ensenada tourist corridor, in Baja California, a sector characterized by structural difficulties: small and precarious businesses that lack any support from government institutions. The value of these cross-border practices was strongly revealed during the crisis generated by the COVID-19 pandemic, and they were important in the resilience shown by artisanal businesses. The concrete analysis of these practices is based on twenty-four interviews conducted with owners of these businesses during 2022. Through them, it is shown how artisans and artisans actively sought strategies to overcome the difficulties derived from the partial closure of the Tijuana-San Diego border and find ways to continue the transnational practices. Although, unexpectedly, they also benefited from the activism of American tourists who reside in the same coastal corridor where the artisanal craft businesses normally operate.

Keywords: artisans, pandemic, COVID-19, US-Mexican border, Tijuana-Ensenada corridor.

Introducción

En la mira general de este estudio se halla la representación de lo fronterizo como un recurso. Lógicamente, no aludimos aquí a la frontera internacional como confín –o como deslinde– sino al espacio binacional –geográficamente impreciso– de interacciones “entre las personas que viven a ambos lados” de la demarcación divisoria (Bustamante, 1981, p. 39; 1989). Estas interacciones son sustentadas por todo un cúmulo de “prácticas sociales transfronterizas” (Dilla, 2015, p. 31). En conjunto, tales prácticas, y las interacciones contingentes resultantes, tienen eventualmente una impronta fundamental en los procesos económicos, sociales y culturales contenidos en ellas. El expediente fronterizo, por eso, no constituye necesariamente un recurso al que se recurra siempre de manera intencional.

También puede devenir en una suerte de salida ante situaciones inciertas, aunque sus alcances no hayan sido necesariamente previstos ni buscados.

El objetivo central del presente trabajo es examinar los efectos asociados al factor fronterizo en las trayectorias económicas seguidas por los negocios artesanales del corredor turístico Tijuana-Ensenada¹ en el contexto de la pandemia de COVID-19. Es decir, se busca analizar cómo algunas prácticas sociales que involucran agentes y acciones pertenecientes al norte y al sur de la frontera entre Tijuana y San Diego, aprovechando las ventajas de ambos mundos, afectaron el rumbo seguido por estos negocios durante la crisis generada por el confinamiento y asociado a la enfermedad. Algunas de estas prácticas, como se describe más adelante, fueron impulsadas estratégicamente por los propios agentes artesanales, mientras que otras alcanzaron a sus negocios de manera fortuita, sin que hayan sido resultado de una búsqueda iniciada directamente por ellos mismos.

La crisis provocada por la transmisión desenfrenada del virus SARS-CoV-2 fue esencialmente de naturaleza sanitaria. Sin embargo, también tuvo un importante impacto disruptivo en el ámbito económico. Ello, en gran medida, debido a las restricciones impuestas por casi todos los gobiernos del mundo. A fin de reducir las altas tasas de contagio en la lucha contra la enfermedad, las dos medidas más socorridas internacionalmente fueron la imposición de un confinamiento y la suspensión de actividades sociales y económicas no esenciales, buscando reducir la movilidad y la interacción entre las personas y, con ello, tratar de poner freno a los contagios (Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL] y Organización Internacional del Trabajo [OIT], 2020; Lara et al., 2023).

Las repercusiones derivadas de la pandemia fueron heterogéneas en los diferentes sectores empresariales (CEPAL, julio, 2020). Específicamente en Baja California, de acuerdo con los resultados de una encuesta generada con celeridad por GIDI²

¹ Este corredor se ubica en la parte noroeste del estado de Baja California, en la parte septentrional de México. En términos geográficos implica una estrecha porción de asentamientos paralelos a la costa del Pacífico entre las coordenadas 32° 32' y 31° 40' de latitud norte y 116° 40' y 117° 03' de longitud oeste. Colinda al norte con la ciudad de San Diego, en el estado de California, Estados Unidos; al sur con pequeños poblados y rancherías del municipio de Ensenada; al este con los municipios de Tecate y Mexicali, en el propio estado de Baja California; y al oeste con el océano Pacífico. Comprende una superficie de 613,15 km², con una longitud aproximada de 140 kilómetros y presenta una amplitud aproximada de dos kilómetros desde la línea de costa hacia tierra adentro, aunque en algunas zonas, dependiendo de las características topográficas, la anchura de la franja se puede extender hasta 10 kilómetros (Bringas, 2022). El corredor incorpora, de norte a sur, tres municipios: Tijuana, Rosarito y Ensenada. Aunque usualmente se le denomina como corredor Tijuana-Ensenada, referido a las ciudades de principio y final de ese territorio, siempre incluye a la ciudad de Rosarito.

² El Grupo de Investigación Interinstitucional (GIDI) es una red internacional de investigadores provenientes de la academia y del sector empresarial que se creó abril de 2020 como un esfuerzo combinado para registrar y evaluar los impactos económicos, tanto de la pandemia misma como de las medidas gubernamentales para mitigar su expansión. Para profundizar sobre el perfil y alcances de esta "plataforma de reflexión e investigación colaborativa", puede consultarse a De los Santos y Covarrubias (2023).

ante la emergencia de la pandemia, los impactos iniciales más severos fueron experimentados por las empresas más pequeñas del sector turístico y comercial en Playas de Rosarito y Ensenada (Gomis et al., 2021). Y, en consecuencia, como resultado de la disminución de la demanda, se produjo el cierre definitivo o temporal de muchas actividades, así como una fuerte contracción de las ventas (CEPAL, julio, 2020). En particular, la situación se tornó sumamente incierta para los artesanos y artesanas del corredor turístico Tijuana-Ensenada, una población ya de por sí vulnerable aun en condiciones de relativa normalidad.

A pesar de ser consideradas parte de las industrias creativas y culturales, las artesanías representan una actividad con un escaso prestigio social (Saligan et al., 2017). Pero, sobre todo, configuran un campo largamente olvidado en la literatura académica (Bejarano, 2013). Los negocios artesanales de la región constituyen en general entidades muy pequeñas. Los datos de los censos económicos recientes (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2021) consistentemente han reportado unidades formadas por no más de dos personas en promedio. Son micronegocios que históricamente han operado, además, en condiciones precarias, fundamentalmente de manera informal y carentes de apoyos institucionales (Saligan et al., 2017). Al hablar de negocios artesanales, como unidades de análisis de este estudio, nos referimos esencialmente a microemprendimientos cuyas mercancías son diseñadas, producidas y comercializadas por los propios artesanos y artesanas que los manejan.

Luego de la declaratoria de emergencia sanitaria emitida por el Consejo de Salubridad General (2020) el 30 de marzo de 2020, la Secretaría de Salud (31 de marzo de 2020) emprendió un conjunto de “acciones extraordinarias” que comprometían la estabilidad empresarial inmediata de los negocios artesanales. En primer lugar, las actividades catalogadas como “no esenciales” fueron obligadas a efectuar la “suspensión inmediata” (p. 1) de sus operaciones. Repentinamente, las unidades económicas artesanales se vieron imposibilitadas de vender sus productos en los espacios en los que tradicionalmente lo hacían. En segundo lugar, se prohibió la realización de “reuniones o congregaciones de más de cincuenta personas” (p. 2), medida que consecuentemente condujo a la cancelación de las ferias, festivales, “expos”, bazares, encuentros y otros eventos masivos, foros que tradicionalmente han sido aprovechados por muchos artesanos y artesanas para promover y vender sus artículos. Esos espacios eran las principales ventanillas para aquellos que carecían de tiendas propias. En tercer lugar, se exhortaba a la población a realizar un “resguardo domiciliario” (p. 2), que implicaba una “limitación voluntaria de movilidad, permaneciendo en el domicilio particular o sitio distinto al espacio público el mayor tiempo posible” (p. 2). La consigna “Quédate en casa” tuvo una insistente presencia mediática en ese período. Y aunque no estuvo oficialmente

prohibida la movilidad en los espacios públicos, sí hubo obstáculos diversos al ambulante artesanal en playas, parques y calles, comprometiendo igualmente esos espacios que en otras circunstancias hubieran podido ser utilizados como plazas alternativas a las tiendas formales.

Un ingrediente adicional que contribuyó a hacer más crítica aún la situación adversa por la que atravesaban los negocios artesanales es que, justo por esas mismas fechas, se anunció el cierre temporal de la frontera entre México y los Estados Unidos (Department of Homeland Security [DHS], 20 de marzo de 2020), una disposición que finalmente se prolongaría por casi dos años. Un dato importante es que este cierre fronterizo no tuvo un carácter absoluto. En primer lugar, la restricción incluía únicamente los cruces no esenciales, “de naturaleza turística o recreacional” (DHS, 20 de marzo de 2020). En segundo lugar, operaba solo en dirección a los Estados Unidos, no hacia el lado mexicano. En tercer lugar, las prohibiciones eran exclusivamente aplicables a los ciudadanos mexicanos que cruzaban la frontera con visa B1/B3 y fines de turismo, recreación y negocios: los de nacionalidad estadounidenses y los residentes legales en aquel país quedaban excluidos de la disposición.

Aun habiendo sido parcial, el cierre de la frontera terrestre tuvo una incidencia negativa para el sector. Por una parte, redujo sustancialmente el tránsito de personas entre los dos países, particularmente de los turistas, quienes tradicionalmente han estado entre los clientes más valiosos de los negocios artesanales en el corredor. Datos recientes de Datatur (abril, 2022) revelan que entre 2019 y 2021 el total de personas que cruzó la frontera se redujo en 55,9 %. Además, por otra parte, fue desfavorable para algunos artesanos y artesanas que regularmente realizaban distintas gestiones relacionadas con el negocio en “el otro lado”. Es importante señalar que los territorios limítrofes de California, en Estados Unidos, y Baja California, en México, tienen una larga historia de integración social, económica y cultural, que explicaría la gran interacción e interdependencia que existe entre ambos lados de esa frontera (Bringas, 2022).

Considerando, por una parte, la fragilidad propia de estos negocios artesanales y, por la otra, las severas circunstancias a las que se vieron abruptamente expuestos, era claramente esperable que muchos no hubieran podido superar económicamente el difícil reto que representó la pandemia. Pero, contrariamente a lo esperado, en realidad pocos de estos negocios terminaron por desaparecer. En una encuesta realizada en octubre de 2020 por el grupo GIDI (2020), siete meses después de la declaración de la emergencia sanitaria, solo una de las 17 unidades en el giro artesanal ubicadas en Baja California que respondieron al cuestionario declaró cierre definitivo y permanente. Y en otro estudio (Ávalos, 2022), a partir de

entrevistas realizadas a 24 negocios artesanales en la región entre 2020 y 2022, se pudo precisar que únicamente cinco de ellos siguieron lo que la autora denominó “trayectoria extinta”. Como se desprende de ese estudio, a pesar de que la inmensa mayoría de estos negocios tuvo que suspender inicialmente sus actividades económicas por mandato, esta pausa no pasó de ser una interrupción temporal. En algunos casos, incluso, y esto resultó un hallazgo interesante, sus operaciones nunca se llegaron a detener completamente, debido a que las fases de diseño y producción las continuaron a puerta cerrada. Mantuvieron la comercialización mediante diversas y, en algunos casos, novedosas estrategias. Pero más interesante aún es que entre estos últimos –los negocios que resilientemente se mantuvieron en operación– hubo unos pocos que lograron, incluso, crecer.

¿Qué elementos pueden ayudar a explicar las trayectorias³ fundamentalmente resilientes⁴ de los negocios artesanales en el corredor turístico Tijuana-Ensenada durante la pandemia? En relación con las trayectorias, una dimensión importante del concepto es su temporalidad. Cuándo establecer el inicio de una trayectoria y en qué momento fijar su término va a depender de los objetivos investigativos. En el caso particular de este estudio, se trata de trayectorias acotadas al período enmarcado entre el inicio de la pandemia, en 2020, y con el horizonte puesto en el momento en el que se realizaron las entrevistas a los propietarios de los negocios artesanales, en 2022. Con respecto a los estudios sobre resiliencia, vemos que en años recientes se enfocan en entender cómo las empresas ajustan, adaptan y reinventan su modelo de negocios en entornos económicos, financieros y tecnológicos cambiantes, en particular frente a eventos exógenos inesperados, como lo fue la pandemia (Duchek, 2020). Al respecto, el estudio mencionado antes de Ávalos (2022) rastreó algunas pistas. Entre estas, en general, se pueden destacar cuatro: 1) el profundo compromiso, a nivel individual y colectivo, de preservar la actividad artesanal a pesar de las dificultades e incertidumbres⁵; 2) la existencia de una extendida red de solidaridad y apoyo mutuo al interior del gremio;

³ Se privilegia en el examen de la problemática la noción de trayectorias, porque los efectos de la pandemia no deben pensarse como un resultado puntual circunscrito únicamente al momento de su irrupción. La trayectoria supone una historia con un curso dinámico (Bourdieu, 1997), con cambios definidos no únicamente por la influencia del contexto, sino también por decisiones y acciones estratégicas tomadas por los propios actores (Bertaux, 2005).

⁴ Es conveniente aclarar que el concepto de resiliencia se aplica aquí a los negocios artesanales como “unidades económicas”, no a los artesanos y artesanas como personas económicas. Si un negocio artesanal terminó sucumbiendo a los rigores de la pandemia, no habría forma de considerarlo resiliente. Pero tal vez el propietario de este sí pueda ser considerado dentro de esa condición, aunque en este caso haya sido por haber enfrentado las dificultades pandémicas desde otra actividad económica diferente a la artesanía. De hecho, en el caso de algunos de los negocios artesanales que cerraron definitivamente, sus dueños iniciaron negocios en otro giro.

⁵ La trascendencia de esta actitud fue encontrada también por Norma Iglesias (2022) en otras industrias culturales, quien hace notar la importancia que tuvo “la disposición de las personas vinculadas a las economías culturales para salir adelante y reinventarse” (p. 70) a fin de no sucumbir durante la pandemia.

3) el imprevisto aprendizaje y fértil uso de las redes virtuales tecnológicas, especialmente Facebook e Instagram, para promover, vender o acordar encuentros con otros colegas o con clientes; 4) la aparente elevada fidelización de una parte de las clientelas.

Como parte del mismo estudio, además de estos cuatro condicionantes principales, fueron surgiendo a saltos, aunque de manera destacada, referencias a la intervención que tuvieron diferentes prácticas transfronterizas en las trayectorias de los negocios artesanales durante el curso de la pandemia. Algunas de estas prácticas fueron avanzadas por iniciativa de los negocios artesanales, mientras otras se generaron a partir de los clientes estadounidenses. Todas, sin embargo, gravitaron para contribuir a mover de conjunto al sector en una dirección resiliente. Es justamente el rol desempeñado por estas prácticas transfronterizas para atenuar las consecuencias severas del confinamiento decretado en México lo que se pretende traer en este trabajo a primer plano.

Además de esta introducción, el trabajo se expone suplementariamente en otros cuatro apartados. Uno de ellos constituye el encuadre metodológico, en el que se aborda principalmente el origen, la naturaleza y el alcance de los datos. En los dos siguientes, se enumeran las prácticas transfronterizas con incidencia directa en la actividad de los negocios artesanales y las prácticas transfronterizas realizadas durante la pandemia por los clientes, a la vez que se hace el análisis de la información relacionada con las mismas. Por último, se presentan las conclusiones generales del estudio.

Datos y estrategia muestral

La información principal en la que se sustentan los análisis proviene de entrevistas a 24 propietarios de sendas unidades económicas artesanales situadas en el corredor costero turístico Tijuana-Ensenada. El territorio que comprende este corredor turístico se extiende a lo largo de tres de los siete municipios que actualmente componen el estado de Baja California: Tijuana, Playas de Rosarito y Ensenada. En 2018 incluía, según estadísticas oficiales, el 78 % de los 649 negocios artesanales en toda la entidad (INEGI, 2021).

En principio, no todas las entidades artesanales estuvieron representadas en el estudio. Hubo, de entrada, una restricción conceptual. La posibilidad real de caer dentro de la selección dependía de cumplir con cinco requisitos: 1) que el inicio de sus operaciones se remontara a una fecha anterior al comienzo de la pandemia; 2) que el diseño de las piezas fuese distintivo, con valor reconocido en el mercado, excluyendo así lo concebido para consumo personal, familiar o comunitario; 3) que

la producción, mayormente de forma manual, fuese realizada con fuerzas propias; 4) que la vida útil de las creaciones no fuera efímera, es decir, que no fuesen consumida de una sola vez, dejando con esto fuera los negocios de alimentos, bebidas y dulces típicos; 5) que efectúaran por sí mismos la promoción y comercialización de los productos terminados. En conjunto, estos cinco requisitos delimitaban la definición operativa de los negocios artesanales en el estudio.

No existen estadísticas confiables sobre el conjunto de unidades artesanales en la región estudiada que respondan a estos criterios (Bejarano, 2013). Hay, eso sí, un directorio de tiendas de artesanía para Baja California⁶ de acuerdo con el cual en la entidad hay 482 unidades, de las cuales el 60 % se ubica en el corredor Tijuana-Ensenada. En una entrevista con el representante de la Asociación Civil México Artesano, este comentaba que la inmensa mayoría de ellos carece de algún tipo de registro formal. Ni como negocio, ni como marca, ni como productos. De hecho, se identifican a sí mismos como “negocios informales”. Señaló, además, que en el estado existen fundamentalmente dos tipos de artesanías. El primer tipo se distingue por la elaboración de utensilios para la vida cotidiana, indumentaria, piezas de ornamento, piezas lúdicas y ceremoniales en las técnicas de cestería, cerámica, textil y arte plumaria, utilizando tanto materias primas endémicas, como fibras naturales, arcillas, plumas, semillas, pieles, piedras, caracoles y conchas; y también materias primas provenientes de otras regiones, como telas, hilos, chaquira (cuentas) y metales. Este tipo de producciones lo sostienen básicamente representantes de grupos indígenas de la zona, como paipai, kiliwa, chochimi, cucapah y kumiai. El segundo tipo se concentra más en producciones de urdimbre o trama, bordado, costura, macramé, alambriero, talabartería, calado, tallado, crochet, orfebrería, tricot, lapidaria. Son artesanos y artesanas provenientes de otros estados o, incluso, otros países, los cuales se distinguen, además, por utilizar materias primas de distinta procedencia, tanto regionales como nacionales e internacionales.

Las 24 unidades de negocio artesanal no fueron elegidas al azar. De acuerdo con lo descrito por Cohen, Manion y Morrison. (2007, pp. 114-115), el grupo representó una muestra no probabilística, esencialmente de tipo intencional. Es decir, los casos fueron seleccionados por poseer un conocimiento satisfactorio sobre los temas particulares de interés. No era una pretensión prioritaria que los resultados fuesen generalizables, por lo que no constituyó un inconveniente que la muestra careciera de representatividad. Lo que se buscó, en definitiva, fue extraer y examinar las partes de los testimonios con referencias específicas a prácticas fronterizas.

⁶ <https://rankeando.com/entidades/baja-california/industrias/tiendas-artesantias>

Hay dos rasgos que sintetizan el carácter frágil de los negocios artesanales estudiados. El primero es que son unidades económicas muy pequeñas en términos de personal. Como ya se dijo antes, en su mayoría son microempresas con alrededor de dos trabajadores y, en una buena parte, unipersonales. El segundo es que son negocios informales. Ninguno contaba con inscripción en Hacienda (Servicio de Administración Tributaria, SAT); ni alta en el Registro Público de la Propiedad y Comercio (RPPC); ni logo o marca propia registrada en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI). Además, como ocurre con la mayoría de los trabajadores por cuenta propia, no tienen registro ante el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), por lo que esencialmente carecen de acceso a la salud y otros beneficios, como la pensión de jubilación o créditos de bajo interés para vivienda.

Un perfil sumario e incompleto de los propietarios de negocios artesanales entrevistados se presenta a continuación. Los datos se sacaron del trabajo de Ávalos ya citado. Algunos se muestran segregados en el Cuadro 1. El 70 % corresponde a mujeres; una proporción aparentemente alta, pero en realidad similar a la registrada en la región (Ávalos, 2022). La edad promedio, de 44,58 años, con rango bastante extenso –entre los 22 y los 72 años-. La mitad convive en pareja (matrimonio o unión libre) y la otra sin ella (soltero/a, divorciado/a o viudo/a). Sea o no en pareja, representan familias con dos hijos en promedio. Solo cuatro son bajacalifornianos por nacimiento; el resto son inmigrantes, dos de ellos provenientes de un país extranjero, uno de los cuales nació en los Estados Unidos, aunque es de ascendencia mexicana. En promedio llevan viviendo en la entidad casi 27 años. El nivel de instrucción formal no es bajo. Únicamente cuatro cuentan solo con estudios de primaria, mientras que seis estudiaron en la universidad. El resto tiene, en partes iguales, secundaria o formación media (preparatoria y técnica). Si bien tres son de origen étnico kumiai⁷, todos forman parte del grupo de los cuatro artesanos oriundos de Baja California.

⁷ “El pueblo kumiai es un grupo étnico binacional que habita en el noroeste de México, en los municipios de Ensenada y Tecate, y en Estados Unidos, en el sur de California” (Olmos, 20 de septiembre de 2018).

Cuadro 1. Perfil de los propietarios de los negocios artesanales del corredor turístico Tijuana-Ensenada entrevistados durante el contexto de la pandemia de COVID-19

ID del propietario o del negocio	Actividad artesanal	Municipio	Sexo	Nacionalidad (origen étnico)	Documento para cruzar a los EE.UU.
A	Alambrismo	Tijuana	Femenino	Mexicana	No tiene
B	Alambrismo	Tijuana	Masculino	Mexicano	Visa B1/B2
C	Urdimbre Herbolaria	Tijuana	Femenino	Mexicana (wixárika)	No tiene
D	Orfebrería Macramé	Rosarito	Masculino	Mexicano	Visa B1/B2
E	Alambrismo	Rosarito	Masculino	Salvadoreño	No tiene
F	Bordado, tricot, crochet	Tijuana	Femenino	Mexicana	Visa B1/B2
G	Macramé	Rosarito	Femenino	Mexicana	No tiene
H	Urdimbre	Tijuana	Femenino	Mexicana y estadounidense	Pasaporte estadounidense
I	Talabartería	Ensenada	Femenino	Mexicana	No tiene
J	Macramé	Ensenada	Femenino	Mexicana	Visa B1/B2
K	Macramé	Rosarito	Masculino	Mexicano	No tiene
L	Orfebrería, macramé	Rosarito	Femenino	Mexicana (nahuatl)	Visa B1/B2
M	Alambrismo, macramé	Rosarito	Femenino	Mexicana	No tiene
N	Calado en madera y metales	Rosarito	Masculino	Mexicano	Visa B1/B2
O	Costura	Ensenada	Femenino	Mexicana	No tiene
P	Cestería, joyería	Ensenada	Femenino	Mexicana (kumiai)	Visa B1/B2
Q	Cestería, joyería	Ensenada	Femenino	Mexicana (kumiai)	Visa B1/B2
R	Cestería, joyería	Ensenada	Femenino	Mexicana (kumiai)	Visa B1/B2
S	Joyería	Tijuana	Masculino	Mexicana	Visa B1/B2

T	Talabartería	Tijuana	Femenino	Mexicana	Permiso de residencia
U	Tricot y crochet	Tijuana	Femenino	Mexicana	Visa B1/B2
V	Urdimbre	Tijuana	Femenino	Mexicana	No tiene
W	Calado en madera	Tijuana	Femenino	Mexicana	No tiene
X	Lapidaria	Ensenada	Masculino	Mexicano	No tiene

Teniendo presente las directrices éticas aplicables para el caso, a todos los propietarios de negocios artesanales entrevistados se les explicó la naturaleza del estudio, y se les consultó, adicionalmente, sobre su disposición para participar en la investigación, cuya aceptación manifestaron al firmar una “Carta de consentimiento informado”. De cualquier manera, se buscó mantener el anonimato de estos artesanos y artesanas a lo largo del artículo, no obstante considerar que lo expresado por ellos no tuviera derivaciones perjudiciales para su actividad o sus vidas.

Prácticas transfronterizas con influencias en la actividad de los negocios artesanales

Un rasgo típico del paisaje encontrado a lo largo de la frontera entre México y Estados Unidos es la aparición intermitente de ciudades contiguas a uno y otro lado de la línea limítrofe. El carácter de la dinámica que define a esas estructuras binacionales –y de manera particular la que forman Tijuana y San Diego, por ser el par de ciudades más emblemáticas– ha sido desde hace algunos años terreno de un animado debate teórico que confronta dos visiones extremas. En una de ellas se resalta la idea de que el espacio fronterizo entre las dos ciudades adyacentes se encuentra esencialmente integrado, de manera que todo el conjunto formaría parte de una misma entidad con destinos finales compartidos. Integran esta perspectiva conceptos como, por ejemplo, “región binacional” (Bustamante, 1981) y “metrópolis transfronteriza” (Herzog, 1997) –de aplicación territorial más amplia–, o como “Bajalta California” (Dear y Leclerc, 2003 cit. por Alegría, 2008, p. 134), de alcance mucho más local. Alegría (2008) bautiza este punto de vista como “unicidad de ambos lados” (p. 129). La visión opuesta, sustentada por el propio Alegría, enfatiza, por el contrario, “la unicidad de cada lado” (p. 129). Considera que el espacio fronterizo está realmente conformado por dos ciudades que, si bien son colindantes y con abundantes nexos, funcionan con lógicas de desarrollo propias, ajenas a impulsos verdaderamente integradores. La unicidad, desde esta perspectiva, sería

más bien una condición correspondiente a cada una de las ciudades, pero por separado.

Ninguna de estas dos visiones enfrentadas niega, sin embargo, que en las dinámicas fronterizas existen tanto procesos de convergencia como de divergencia. La diferencia radica en la importancia hermenéutica otorgada a cada uno de ellos. Y como elemento distintivo en la generación de esos procesos, igualmente, coinciden en reconocer la presencia de sistemáticas e intensas interacciones entre los dos lados del borde. Rescatando como central la intensidad de estas interacciones y, a la vez, evadiendo tanto la perspectiva “integracionista” como la de “coexistencia”, Dilla propone el concepto de “complejos urbanos transfronterizos” para designar realidades singulares en las que se aprecia una “condensación espacial concentrada de la relación binacional” (Dilla, 2008, p. 179), muchas veces marcada por la desigualdad, la asimetría e, incluso, el conflicto.

El soporte de tales complejos urbanos transfronterizos –como articulación entre dos regiones pertenecientes a diferentes naciones– emanaría de las prácticas sociales con alcances transfronterizos que se producen al nivel de las personas que habitan el territorio común. De acuerdo con Iglesias (2014), el abordaje conceptual de las prácticas sociales puede ser de tres tipos diferentes, en lo que atañe a la frontera entre Tijuana y San Diego y a partir de sus relaciones históricas antes comentadas (Bringas, 2022). En el primer tipo de abordaje se enfatizan las diferencias, por lo que las personas esencialmente limitan su vida a un solo lado de la frontera, aunque ocasionalmente sus prácticas puedan también llegar a interactuar con el otro lado (p. 112). En el segundo tipo, la frontera aparece como una oportunidad y, como tal, se incorpora a las prácticas cotidianas. Ese sentido utilitario, que en parte se deriva de las ventajas que afloran de la diversidad entre las dos realidades, supone una “mayor interacción” entre uno y otro lado que el que se desprende del primer tipo. Por último, en el tercer tipo de abordaje, las interacciones son muy intensas, más que en los dos tipos anteriores, en tanto “se trata comúnmente de sujetos perfectamente bilingües y multiculturales que, en mayor o menor medida, participan activamente y están integrados a la vida social, cultural y política de ambos lados” (p. 113).

A juzgar por el encabezamiento empleado por Iglesias para titular la explicación de los tipos, la autora reserva el término “transfronteridad” solo para aquellas prácticas distintivas correspondientes a la categoría tres. El apelativo utilizado para denominar las interacciones representativas del tipo dos es “binacional”. Aun entendiendo que son valiosas teórica y metodológicamente las distinciones entre los tres tipos de abordaje, en este trabajo preferimos utilizar el término “transfronterizo” para englobar a todas aquellas prácticas sociales que impliquen

interacciones que trasciendan los límites de cada país, aunque aceptando que tales interacciones puedan ocurrir con diversos grados de intensidad, como también la propia Norma Iglesias había establecido antes en otro trabajo suyo (como se lee en Iglesias, 2004).

Por eso, independientemente del significado teórico que a la postre se les atribuya a las interacciones que tienen lugar en el espacio fronterizo entre San Diego y Tijuana, lo que se busca sobre todo en este estudio es, en primer término, recuperar aquellas actividades o prácticas sociales específicas que, en el contexto más acotado del ecosistema de la industria artesanal, involucran interacciones transfronterizas, en la acepción mencionada antes. Estas caerían dentro de los tipos dos y tres propuestos por Iglesias, pero principalmente en el dos. Por eso, desde la introducción, se habla de “la frontera como recurso”. No solo se trataría de un espacio de posibilidades útiles para permitir alcanzar un fin conscientemente fijado, sino también como un expediente en el que se abren posibilidades sin que realmente hayan sido conscientemente buscadas. También se quiere entender, en segundo término, cómo la permanencia o privación de esas prácticas durante el complejo escenario generado por la pandemia de COVID-19 afectó directa o indirectamente las trayectorias seguidas por los negocios artesanales en la región.

Un paréntesis necesario: en este trabajo, las prácticas son entendidas, en sentido general, como modos de hacer o realizar ciertas actividades. Según la perspectiva desarrollada por Shove et al. (2012, como se citó en Ariztía, 2017), que se desplegarían como resultado de una configuración específica de competencias, materialidades y sentido⁸. En un inicio, se concebían estas prácticas más como operaciones empresariales, pero luego nos dimos cuenta de que no todas eran actividades impulsadas desde los negocios artesanales. Sin embargo, en el espectro de interés de este análisis debían cumplir dos características: ejercer alguna influencia sobre la dinámica de estos negocios e implicar interacciones transfronterizas entre actores y/o estructuras pertenecientes a ambos lados de la frontera.

En el Cuadro 2, se presenta un inventario de las prácticas transfronterizas incorporadas en el ecosistema artesanal que pudieron ser identificadas a partir de las entrevistas realizadas a los artesanos y artesanas.

⁸ En sentido general, las competencias se refieren a los saberes y habilidades que hacen posible la realización de una práctica. El sentido, a los aspectos culturales sobre los cuales se establece el significado y necesidad de la práctica para quienes la ejecutan. Y las materialidades abarcan las herramientas, infraestructuras y recursos que participan de la realización de una práctica. Para una discusión más precisa de estos elementos, puede consultarse el trabajo citado de Ariztía (2017).

Cuadro 2. Prácticas sociales transfronterizas con influencias positivas en la operación de los negocios artesanales del corredor Tijuana-Ensenada durante la pandemia de COVID-19

Prácticas emprendidas por los productores (artesanos y artesanas):

- Compra de insumos (materias primas; herramientas; materiales para transportación, entrega, promoción y exposición) en San Diego y Los Angeles para las creaciones artesanales
- Entrega de productos directamente a clientes en San Diego y Los Angeles
- Envío de productos desde San Diego por correo o servicios de paqueterías
- Promoción y venta en eventos privados de activismo en California
- Comunicaciones interpersonales con clientes: teléfono, plataformas digitales

Prácticas emprendidas por los clientes:

- Visitas de turismo de ocio (compras minoristas)
- Organización de eventos para venta de artesanías (turismo de residencia)
- Asistencia desde California a ferias privadas en el corredor turístico
- Comunicaciones con vendedores
- Incorporación a grupos solidarios con artesano(a)s
- Encargos mayoristas de intermediarios

Lógicamente, hay muchas dimensiones posibles que se pueden examinar en las prácticas sociales transfronterizas asociadas a la actividad económica artesanal. Sin embargo, consideramos aquí los objetivos del estudio, se buscó resaltar las ventajas derivadas de operar en este entorno fronterizo particular. Así, se van a contemplar dos tipos principales, tomando como variable de control el origen de la actividad en cuestión. Como se aprecia en este Cuadro 2, algunas de las prácticas enlistadas son emprendidas por los propios negocios artesanales localizados en México, ya sea con el fin de garantizar la calidad de los materiales para sus elaboraciones, para encontrar potenciales compradores o para consolidar ventas previamente realizadas. Otras se originan desde los clientes, que en su mayoría residen en “el otro lado” de la frontera, y sus vueltas a México constituyen acciones guiadas por el interés en adquirir productos artesanales. Aunque para un segmento de los clientes estadounidenses, como se detallará más adelante, el carácter transfronterizo de sus prácticas –curiosamente– consiste en el establecimiento, en el lado mexicano de la frontera, de estadías más prolongadas.

Habría que precisar, adicionalmente, que estas prácticas transfronterizas no son excluyentes, pues muchas de ellas pueden llegar a presentarse de manera

simultánea. De ahí que el objetivo no sea examinar cada una por separado. Dada la situación generada por la crisis pandémica, algunos negocios artesanales desarrollaron estrategias cuyo propósito era mantener su producción y sus ventas, que involucraban varias de estas prácticas al mismo tiempo. Pero también algunos clientes emprendieron acciones que involucraban varias de las prácticas mencionadas, sin que fuera algo requerido por los negocios artesanales. Asumimos que en ambos, casos las prácticas transfronterizas subyacentes beneficiaron la resiliencia de los negocios. Veamos a continuación estos dos tipos de prácticas transfronterizas, considerando su fuente de iniciación.

Estrategias transfronterizas durante la pandemia desde los negocios artesanales

No se debe perder de vista que históricamente, como plantea Bejarano (2013), los talleres familiares “tenían su mercado natural mayorista en la vecina California y en la venta al detalle o por encargo de los visitantes extranjeros” (p. 41).

La frontera, como un recurso importante para los negocios artesanales, tanto en un sentido como en el otro, se puso de manifiesto con fuerza con la restricción temporal de los cruces entre Estados Unidos y México, entre marzo de 2020 y noviembre de 2021. El cierre de fronteras fue declarado como factor de impacto desfavorable por el 75 % de los artesanos y artesanas que respondieron la encuesta realizada por el grupo GIDI (octubre, 2020) mencionada más arriba. Recordemos también que solo una entrevistada tenía la ciudadanía estadounidense, y podía seguir transitando libremente a través de la frontera.

El cierre parcial de la frontera trajo para los negocios artesanales dos tipos de inconvenientes importantes, asociados a la fuente desde la cual se promovían las prácticas transfronterizas. Por una parte, limitó la dinámica operativa de al menos un segmento de los negocios artesanales.

Después ya se anunció de (sic) que (...) también cerrarían la frontera. Al principio pensábamos que era el cierre total (...). Después aclararon que solo era para turistas y para gente que viajaba, pero que no tenía algo muy importante para justificar de por qué querían venir a México. De todas maneras, eso no era ayuda. Más bien nos perjudicaba a los artesanos. Unos, porque (...) vamos a eventos a San Diego y Los Angeles. También, en ocasiones, entregamos piezas de encargos especiales. Y, otras veces, del correo americano enviamos nuestras piezas. Por ejemplo, yo llegué a mandar piezas hasta Singapur. (comunicación personal, artesano D, entrevista, 2022).

Pero también, por otra parte, con la restricción del cruce se produjo una reducción en el flujo de turistas (Datatur, 2022), quienes históricamente han sido los clientes principales de los negocios artesanales. Varias de las personas entrevistadas coincidieron en esa apreciación. Por ejemplo, el artesano N, de Rosarito, especialista en calado en metales y madera, jerarquizó a los clientes en el siguiente orden: el turismo proveniente de Los Angeles y San Francisco; el turismo de San Diego; el turismo nacional mexicano; y, por último, en menor medida, la población local. De igual forma, el artesano K privilegiaba a los clientes del otro lado de la frontera. Con un negocio de macramé, planteaba que no dependía del contacto presencial para el funcionamiento de su negocio. “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 le[s] hago los envíos. La mayoría son de Estados Unidos” (comunicación personal, artesano K, 2022). Es comprensible, por tanto, que la reducción efectiva o potencial del flujo de turistas causara incertidumbre entre los artesanos.

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 tengo”. Pero sí me preocupaba, porque sé que otros compañeros venden en San Diego y Los Angeles. Y dije: “¿Y si de veritas no dejan pasar a los turistas que vienen del gabacho⁹?”. Puede que también me afecte. (comunicación personal, artesana W, entrevista, 2022).

¿Cómo pudieron afrontar los negocios artesanales estos dos serios inconvenientes emanados del cierre parcial del cruce fronterizo? De lograrlo —es decir, de poder seguir aprovechando la ventana de posibilidades en la interacción con el otro lado—, sería un factor que les ayudaría a eludir el confinamiento decretado internamente en México, y con ello, seguir activos en el mercado a pesar de las circunstancias tan adversas.

Es importante tener en cuenta, para una apreciación más cabal de la situación en que se encontraban los negocios artesanales, lo que comenta Iglesias (2022) sobre las industrias culturales en general, en el sentido de que sus espacios de trabajo nunca estuvieron en riesgo de perderse. Como veremos a continuación, en varios negocios artesanales se desarrollaron estrategias específicas para cada uno de los dos tipos de inconvenientes mencionados. En la ejecución de esas estrategias se integraban simultáneamente varias de las prácticas enlistadas en el Cuadro 2.

⁹ Término que se usa para referirse, indistintamente, tanto a los Estados Unidos como a los estadounidenses.

Pero antes de analizar más concretamente la información de las entrevistas relacionada con estas estrategias, es conveniente precisar algunos otros aspectos acerca de las prácticas transfronterizas. En primer lugar, si bien la mayoría de las que se presentan en el Cuadro 2 eran habituales desde siempre, hay otras que, al parecer, no lo eran tanto. Emergen –o tal vez solo se hacen perceptibles– durante la pandemia. En segundo lugar, las prácticas transfronterizas no constituyen en lo absoluto un recurso disponible de manera universal para todos los negocios artesanales por igual. No todos, por supuesto, tenían un involucramiento efectivo en este tipo de esquema operativo. Tampoco todos los que sí manejaban estas prácticas lograron reactivarlas durante la pandemia.

¿Cómo poder entonces seguir adquiriendo del otro lado las materias primas, herramientas o artículos de empaque y presentación que necesitaban? ¿O cómo realizar allá las entregas o los envíos postales de los productos, si la frontera estaba cerrada para los mexicanos que residían en México? ¿Cómo lograr que potenciales clientes del lado estadounidense cruzaran hasta el lado mexicano con la intención de comprar artesanías, en razón de que estos podían transitar libremente? Asociadas a estas problemáticas, se identificaron dos estrategias genéricas para tratar de sortearlas: 1) recurrir a terceras personas para la realización de trámites necesarios dentro de los Estados Unidos; 2) “seducir” a los clientes más firmes y leales, a fin de que cruzaran a México con propósitos comerciales.

Estrategias para realizar trámites dentro de los Estados Unidos

Ante la imposibilidad de cruzar la frontera, pero necesitados de realizar en el otro lado trámites puntuales, los artesanos y artesanas no tuvieron más remedio que recurrir a terceras personas que sí podían cruzar para que atendieran esos requerimientos. Y para lograr esto se valieron de varias vías.

Una de esas vías fue acudir a la colaboración de personas muy próximas, como familiares o amigos cercanos –o no tan próximos, como clientes asiduos–, con la capacidad de cruzar a California. Obviamente tenían que contar, o bien con ciudadanía estadounidense o con permiso de residencia en aquel país, pero con residencia local, en el lado mexicano. Muchas de estas personas cruzaban de manera regular, fuese por motivos de trabajo o de escuela, mientras otras lo hacían más ocasionalmente, para de compras o para atender visitas. La colaboración consistía en cruzar, a través de ellos, las piezas artesanales ya comprometidas, con el encargo de entregarlas personalmente o despacharlas a través del correo. En lo sustantivo, se trataba de redes de apoyo esencialmente desinteresadas, sin mediar ninguna retribución a cambio. Este fue el caso de la hermana del propietario de uno de los negocios, la cual, de acuerdo con su testimonio, cruzaba para poner en el

correo postal de San Diego pedidos de las sandalias que este elaboraba artesanalmente (Ávalos, 2022, p. 126).

Una segunda vía fue la creación –tal vez la reactivación– de redes transnacionales de apoyo, en las que la clave estaba en que se conformaban operativamente por personas que residían en el otro lado de la frontera.

La complicación en las ventas por medios digitales 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. (comunicación personal, artesano D, 2022).

Hay indicios sobre los mecanismos por medio de los cuales se establecían estas redes, así como de la naturaleza de sus integrantes. Por una parte, se nutrían de familiares y amigos de los negocios artesanales. Pero también, por otra parte, de clientes habituales, ya sea de consumidores minoristas como mayoristas¹⁰, algunos de los cuales ya en el pasado habían mostrado disposición a cumplir con encargos similares. Cabe mencionar que no siempre se trataba, como en el caso de la primera vía analizada, de una ayuda desinteresada. En algunos casos había incentivos de diferente índole, como atenciones especiales referentes a alimentación, hospedaje, paseos y favores específicos, para familiares y amigos; y descuentos, restauración de piezas, o regalos artesanales, para clientes. Pero también debe resaltarse que en otros casos el apoyo fue puramente fraterno, sin suponer nada a cambio, sino más bien como favores en forma de activismo solidario.

Un caso particular en esta segunda vía fue el del artesano D, orfebre de Rosarito. Haciendo equipo con dos familiares artesanos en Los Angeles, California, y una artesana amiga, también de Rosarito (artesana L, de macramé), acordaron una colaboración binacional. Conforme a este acuerdo, las ideas, conocimientos, herramientas, materias primas y artesanías terminadas se pondrían a disposición

¹⁰ No todos los clientes “del otro lado” constituyen compradores casuales de piezas sueltas. Algunos son “revendedores” que compran por lotes, o establecen con los productores alguna forma de alianza comercial. Un caso paradigmático es el orfebre de Rosarito con el negocio identificado con la letra D. Este orfebre cuenta con dos clientes mayoristas estables en los Estados Unidos. Uno de ellos coloca las piezas en galerías de San Diego en consignación, aunque también vende parte de las mismas en eventos o ceremonias holísticas. Actualmente recibe por parte de este cliente pedidos considerables. El otro cliente compra al por mayor porque al parecer tiene buena salida de las piezas en exposiciones en California. Adicionalmente, este artesano envía también piezas a un familiar suyo, artesano como él, que tiene un punto de venta en Los Angeles. El acuerdo es que el monto del saldo final de las operaciones se reparta entre ambos en partes iguales.

de todo el grupo, con el fin de cubrir simultáneamente la demanda de artesanía en California y Baja California. La idea era, según lo expresa el propio artesano, “tratar de producir tres piezas, con la conciencia de que una va para Los Angeles, otra para los locales de Tijuana y otra más para la tienda de Rosarito. Y lo ideal sería una cuarta, para los eventos en San Diego y de este lado” (comunicación personal, artesano D, 2022).

No todas las estrategias emprendidas condujeron finalmente al nivel de logro inicialmente esperado. Al menos, no en todos los aspectos proyectados. Pero el éxito o fracaso de la empresa no puede medirse únicamente a partir del grado de alcance de sus objetivos. El aprendizaje obtenido es también de un gran valor. La artesana L, parte del grupo mencionado en el párrafo previo, menciona que, aunque no todas las estrategias implementadas durante la pandemia funcionaron plenamente, estas les permitieron acumular experiencia al tiempo que les dieron la oportunidad de conocer con mayor profundidad el mercado en ambos lados y, con ello, la posibilidad de tomar decisiones más razonadas. La “clave”, a su juicio, ha sido aprender a implementar innovaciones en “diseños específicos para la frontera”, el uso del “internet que traspasa fronteras” y crear “equipo de trabajo en California y Baja California” (comunicación personal, artesana L, 2022).

Estrategias para la atracción de clientes fidelizados

Muchos negocios artesanales se encontraron repentinamente ante la necesidad de aprender a usar las redes sociales –como Facebook, WhatsApp, Instagram, principalmente– como plataformas de ventas, convirtiéndolas en una suerte de tienda virtual, sobre todo para promover sus creaciones (Ávalos, 2022). Pero a diferencia de otros productos culturales, como la música o el cine, que por su naturaleza espiritual durante el confinamiento de la pandemia pudieron ser entregados y consumidos en línea, el artesanal es un producto material, tangible, cuya adquisición tiene que ser necesariamente física. Cuando la entrega correspondía realizarse en el territorio mexicano, no había problemas. Estos surgían, como decía una artesana, cuando la pieza debía enviarse a otro país, tal como fue analizado en el apartado anterior.

Por otra parte, si bien el contexto de la pandemia había frenado el flujo de turistas estadounidenses a la región, para estos no aplicaban las restricciones en el cruce fronterizo. Iglesias (2022) señala las preferencias del consumidor y la capacidad de los públicos y los usuarios para consumir productos culturales como uno de los factores que contribuyeron a sortear la crisis pandémica. Por eso, además de encontrar vías para poder realizar entregas del otro lado, se volvía un imperativo hacer cruzar a los clientes potenciales hacia el lado mexicano.

Una estrategia fue la creación de grupos de solidaridad, confiando en el respaldo de clientes nuevos y ya conocidos. Un ejemplo fue la creación del grupo Jakutay – que en lengua kumiai significa “agua grande”–, con el propósito de darle salida a las artesanías que el negocio seguía produciendo.

Gracias a mi mamá, que para entonces era una persona muy conocida en el medio artesanal –porque ha ganado premios nacionales [como el] de “Gran maestra artesana”¹¹, 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. (comunicación personal, artesana R, 2022).

Estas estrategias de creación de grupos de solidaridad binacionales incorporan al menos dos prácticas transfronterizas. Una es la comunicación entre miembros de uno y el otro lado; probablemente por medios virtuales. Para esto, establecieron contacto con clientes conocidos y personas solidarias a esta etnia, para que les ayudaran en la promoción y comercialización de sus creaciones. La otra es la movilidad transfronteriza, materializada en las visitas al rancho kumiai, proveniente de los Estados Unidos.

Otra estrategia era el aprovechamiento de las redes sociales tradicionales. Este fue otro de los factores resaltados por Iglesias (2022) como contribuyente de la preservación de las industrias culturales durante la pandemia. Ejemplo de ello resultó ser la fidelización de clientes étnicos a través de la comunicación directa o por medio de las redes sociales, especialmente Facebook.

Seguíamos trabajando ahí en nuestro rancho. Cuando estaba lista una pieza de sawil¹² –o lo que hiciera– le tomaba varias fotos, las mejorcitas, y 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 (...) Pero les gusta, la quieren y ellos sí tienen para pagar. Entonces ya algunos me decían: “guárdame esa pieza”. Cuando podían, venían por ella. A veces me pagaban cuando la

¹¹ Se refiere al Gran Premio Nacional de Arte Popular que concede anualmente la Secretaría de Economía a través del Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (Fonart) (véase <https://www.gob.mx/cultura/prensa/maestra-artesana-kumiai-recibe-el-gran-premio-nacional-de-arte-popular-2021>).

¹² El sawil es una especie de plato ancho tejido, elaborado con fibras naturales. (<https://www.gob.mx/inpi/articulos/artesania-con-fibras-naturales-del-pueblo-kumiai-de-san-jose-de-la-zorra-b-c?idiom=es>)

recogían. Y otras veces me hacían algún envío de dinero [por adelantado]. (comunicación personal, Artesana Q, 2022).

Se tuvo noticias de clientes –tanto de kumiais como de otras personas solidarias– que compraron piezas de artesanías durante la pandemia, pagándolas adelantadamente mediante envíos y solicitando al mismo tiempo que se las guardaran, y que pasaron a recogerlas solo hasta después de que fueron levantadas las medidas de aislamiento por la pandemia.

Prácticas transfronterizas durante la pandemia realizadas por los clientes

Los clientes estadounidenses no fueron únicamente receptores pasivos que respondieron a las demandas y solicitudes provenientes de los negocios artesanales en su búsqueda por enfrentar los rigores de la crisis provocada por la pandemia. También fueron sujetos activos, que generaron acciones que tornaron a los negocios artesanales en beneficiarios inesperados.

El turismo de residencia y las “expoventas” artesanales privadas

Además de ser un importante contenedor de la actividad artesanal en el estado de Baja California, el corredor costero Tijuana-Rosarito-Ensenada ha sido también un territorio privilegiado como receptáculo de turismo residencial, una actividad con contornos difusos que esencialmente se asocia a “la compra de bienes inmuebles en un lugar distinto al que se radica habitualmente y que suele destinarse como una segunda vivienda para disfrutar del ocio o el descanso” (Bringas, 2022, p. 49). Las estancias realizadas en estos domicilios secundarios pueden ser de corta duración o bien extenderse por períodos largos. Tomando como referente los trabajos de Bringas (2022) y de Lardiés Bosque (2012), se advierten en el turismo residencial de la región algunas características que consideramos relevantes desde la óptica del estudio aquí propuesto. Uno, se trata de una población integrada en su mayoría por jubilados norteamericanos, gran parte de los cuales es de ascendencia mexicana. Dos, la mayoría de estos jubilados procede del estado de California. Tres, la proximidad geográfica entre las dos “residencias” habituales facilita la movilidad entre ellas, generando un estilo de vida sustancialmente transfronterizo.

El descubrimiento de esta población, en términos de los beneficios que aportarían a los negocios artesanales, resultó sorprendente incluso para los propios entrevistados. Así narra el artesano D, residente en Rosarito, su entusiasmo cuando tomó conciencia de que los jubilados estadounidenses asentados en la región

podían tener el mismo valor clientelar que los usuales turistas norteamericanos “de paso”:

Aunque decían que estábamos en semáforo rojo, iniciamos a salir, porque descubrí oportunidades que no se podían dejar pasar. Yo, teniendo treinta años en Rosarito, había lugares que no conocía. Ni siquiera sabía que existían. En estos quince 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. (comunicación personal, Artesano D, 2022).

Resulta interesante observar que los turistas residenciales de la zona hayan permanecido hasta ese momento ocultos para algunos negocios artesanales¹³. Es probable que al ser una población con escaso dominio del idioma español y étnicamente endógena en sus lazos sociales cotidianos (Bringas, 2022; Lardiés Bosque, 2012), desde siempre hayan sido erróneamente confundidos con el resto de los turistas que por lo regular transitan fugazmente por las tiendas de artesanías en busca de un recuerdo que llevar.

Ya la sola presencia de los jubilados estadounidenses les daba un carácter transfronterizo a los eventos “expoventa” artesanales privados que organizaban. Pero también a estos encuentros acudían amigos y familiares que cruzaban desde el otro lado con ese único destino. “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 vienen otros de los Estados Unidos que el fin de semana quieren desestresarse aquí en la Baja” (comunicación personal, artesano D, 2022). La cercanía geográfica facilita la movilidad entre las fronteras, con incidencia de visitas hacia ambos lados, acentuando con ello la naturaleza transfronteriza de sus circunstancias de vida (Bringas, 2022; Lardiés Bosque, 2012).

Al principio no nos resultaba clara la manera en que se estableció la conexión entre estos artesanos y artesanas y los turistas residentes, aunque sí parecía claro que la convocatoria se había generado desde los propios jubilados. Luego, el propio artesano D despejó la cuestión. Describió que ocho años antes del inicio de la pandemia, él y su papá vendían artesanía en Los Angeles. Su lugar de venta favorito era la Placita Olvera, donde aprendió algo de inglés y tuvo contacto intenso con algunos clientes y artesanos del lugar. Un día, durante la pandemia, se encontró en Rosarito con una antigua conocida artesana estadounidense. “Nos hicimos amigos

¹³ Debe mencionarse, sin embargo, que ya Bejarano desde 2013 señalaba como una posibilidad que parte de la producción artesanal se realizara para venderla a los norteamericanos que vivían en la costa bajacaliforniana del Pacífico, aunque sin aportar ninguna información adicional (Bejarano, 2013).

cuando vendíamos en la Placita Olvera, y me dijo: ‘Te invito a vender en una galería de americanos’”. Reconoció que aún con miedo por la COVID-19, pero con la esperanza de vender, asistió, llevándose la sorpresa de que la inmensa mayoría, tanto de los vendedores como del público, era estadounidense.

“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” (véase Foto 1). Su relato tiene mucho sentido a la luz de lo que expone Bringas (2022). Según esta autora, los jubilados que residen en la zona, inconformes con un entorno que tradicionalmente se ha distinguido por una escasa oferta cultural, recreativa y deportiva, valoran mucho la realización de diferentes tipos de actividades, tanto comunitarias como festivas, organizadas por ellos mismos. Es de suponer, entonces que durante la parálisis pandémica tales vocaciones “autoorganizacionales”, como las calificaría Bringas, hayan prosperado.

Foto 1. Feria artesanal privada instalada por residentes jubilados en Santa Anita, un rancho inmerso en las montañas en la localidad de La Misión, Ensenada, en plena pandemia (2020)



De cualquier manera, estas iniciativas abrían una ventana de posibilidades no contemplada con antelación para los negocios artesanales, mediante la cual podían soslayar, al menos en parte, la parálisis a la que los obligaba el confinamiento pandémico. “En esos lugares mi negocio ha crecido. Hasta he podido comprar gemas muy caras y ahorrar durante la pandemia” (comunicación personal, artesano D, 2022).

Como usualmente ocurre, los mecanismos de redes ponen rápidamente en funcionamiento la cadena de vínculos, confirmando la sentencia bíblica: al que ya tiene le será dado más. “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” (comunicación personal, artesano D, 2022).

Los enlaces de las redes no solo se establecen hacia “adelante”. Un hallazgo en el estudio de Ávalos fue el desempeño decisivo que tuvo la solidaridad en la recuperación de los negocios artesanales durante la pandemia. “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 [...] les ayudo cobrando con mi terminal” (comunicación personal, artesano D, 2022).

Uno de esos “otros artesanos” agradecidos por la invitación fue la artesana L. Inicialmente dice que asistió con preocupación, considerando que “no hablo bien inglés, a pesar de que he tomado muchos cursos”. Pero el respaldo solidario hizo que la aprensión inicial cediera rápidamente, luego de que el artesano D le dijera: “vamos, yo te ayudo a comunicarte. Ya verás cómo nos va a ir bien. Ellos sí valoran lo que hacemos, y lo pagan”. La artesana recuerda como una experiencia muy impactante el primer evento al que fue, al percatarse de que en “plena pandemia, cuando todos estaban en casa”, en las inmediaciones de las montañas de La Misión había mucha gente disfrutando como si no hubiese pandemia, “los músicos, los clientes y los vendedores, todos americanos, y nadie usaba cubrebocas” (artesana L). “Yo creo que la ayuda de mi amigo, y la confianza que me dan clientes y vendedores ha ayudado para que siga asistiendo. Ahora todos somos una comunidad, hasta platicamos, comemos y bailamos con los organizadores y asistentes” (comunicación personal, artesana L, 2022).

De acuerdo con Lardiés Bosque (2012) existe un vacío de trabajos que tengan por objeto central estudiar los efectos que causan en diversos ámbitos los extranjeros que residen en México, a excepción de los impactos económicos asociados a la adquisición de viviendas. Por eso, y aunque de manera modesta, consideramos que lo expuesto en esta sección contribuye al objetivo de empezar a saldar esa carencia.

A manera de conclusiones

“El bien no es conocido hasta que se pierde”, reza un refrán popular y, como suele ocurrir, la pérdida sobreviene en momentos críticos. El entorno enrarecido de la pandemia de COVID-19 representó un imprevisto obstáculo para la realización de un conjunto de prácticas sociales transfronterizas que, sobre una base regular, históricamente han permitido sostener el dinamismo del ecosistema artesanal de Baja California. La incertidumbre impulsada por las nuevas circunstancias permitió revelar más claramente el valor otorgado a la frontera y a lo fronterizo como recurso, tanto para la producción como para las ventas de las artesanías en la región.

Para algunos, los menos, en términos de su relación con la frontera, no hubo cambios espectaculares. Pero sí para los que no tenían los documentos legales para residir en territorio estadounidense, que eran la mayoría. Entonces, ante la imposibilidad de cruzar al otro lado –derivado del cierre parcial de la frontera terrestre entre Estados Unidos y México–, los dueños de negocios artesanales desarrollaron diferentes estrategias para tratar de garantizar la posibilidad de continuar disfrutando, directa o indirectamente, de los beneficios propios de los diferentes entornos que ofrece la condición fronteriza: tomar lo mejor de cada lado. La puesta en funcionamiento de tales estrategias implicaba la recuperación por vía indirecta de prácticas transfronterizas en ese momento entorpecidas.

Aquellos que lograron involucrarse de manera efectiva en estos esquemas operativos de prácticas transfronterizas pueden ser ubicados en tres categorías. Uno, están los que buscaron y realizaron directamente esas prácticas. En esta situación se encuentran los artesanos que tenían doble nacionalidad, así como los clientes residentes en el territorio norteamericano que activaban el vínculo y cruzaban a comprar artesanías. Dos, están los que, impedidos de cruzar directamente, descansaron en terceras personas para que continuaran por esa vía las prácticas transfronterizas necesarias. Es el caso de la mayoría, de nacionalidad mexicana y residente en el corredor Tijuana-Rosarito-Ensenada. Esas terceras personas podían ser familiares o amigos, ya fueran del lado mexicano con posibilidades de movilidad transfronteriza, o bien, residentes en el territorio estadounidense, clientes fidelizados, que cruzaban para llevarse los encargos. Tres, están los que solo fueron beneficiarios, aun sin siquiera haber buscado activamente la realización de las prácticas transfronterizas. Es el caso de los que fueron invitados a participar en las actividades que organizaron los estadounidenses residentes en el corredor turístico Tijuana-Ensenada.

Tal vez lo fronterizo, incorporado en las prácticas examinadas, no sea el factor más importante que definió la resiliencia en la trayectoria de los negocios artesanales de

la región durante la pandemia. Pero eso no significa que no haya sido relevante en este sentido. El análisis de lo expresado por los propietarios en sus entrevistas sobre los negocios artesanales refuerza claramente esta idea. Por una parte, el corredor donde se ubican estos negocios es parte de un espacio transfronterizo que funciona como tal sobre una base cotidiana. Por otra, los turistas que visitan la región, o los que ya han establecido ahí su residencia, han sido históricamente clientes valiosos y siguieron siéndolo a lo largo del período de pandemia. Por último, tanto los negocios como los propios clientes fueron, cada uno a su manera, activos en la promoción y la continuidad de prácticas transfronterizas.

Los principales compradores de artesanía son, o bien residentes del “otro lado” – estadounidenses o no–, o bien, estadounidenses que residen en México. Mantener el acceso a estos clientes fue, pues, vital para lograr sobrevivir a los embates de la crisis pandémica, constituyendo así un factor importante en las trayectorias resilientes de muchos de estos negocios durante ese período incierto. Así lo fronterizo, las ventajas que ofrece el otro lado –o lo relacionado con el otro lado–, constituye un recurso que o bien se demanda estratégicamente o bien se toma como un regalo que llega sin que se haya buscado de manera activa.

Como caso de estudio, todo lo anteriormente examinado pone de manifiesto la existencia de un espacio donde gravitan diversas prácticas a través de las cuales se establecen múltiples interacciones transfronterizas necesarias para permitir el funcionamiento fluido de este ecosistema artesanal.

Referencias bibliográficas

- Alegría, T. (2008). ¿Existen las metrópolis transfronterizas?: El caso de Tijuana/San Diego. En H. Dilla Alfonso (Ed.), *Ciudades en la frontera. Aproximaciones críticas a los complejos urbanos transfronterizos* (pp. 127-165). Editora Manatí.
- Ariztía, T. (2017). La teoría de las prácticas sociales: particularidades, posibilidades y límites. *Cinta de moebio*, (59), 221-234. <https://dx.doi.org/10.4067/S0717-554X2017000200221>
- Ávalos Salas, M. (2022). *Trayectorias de los negocios artesanales en el corredor turístico Tijuana-Ensenada durante el contexto de la pandemia de COVID-19* (Tesis del programa Maestría en Desarrollo Regional). El Colegio de la Frontera Norte, Tijuana, Baja California, México. <https://www.colef.mx/posgrado/tesis/20201541/>

- Bejarano, A. S. (2013). Artesanos urbanos tijuanaenses: una investigación pendiente. *ALTAmira Revista Académica*, 0(3), 33-44.
- Bertaux, D. (2005). *Los relatos de vida: Perspectiva etnosociológica*. Bellaterra.
- Bourdieu, P. (1997). *Razones prácticas: Sobre la teoría de la acción*. Anagrama.
- Bringas, N. (2022). El turismo residencial en el Corredor Costero Tijuana-Rosarito-Ensenada en Baja California: Surgimiento, características e imaginarios. En N. Bringas y M. Osorio (Eds.), *Turismo residencial en México. Comportamientos socio-espaciales* (pp. 43-116). El Colegio de la Frontera Norte. <https://libreria.colef.mx/detalle.aspx?id=7910>
- Bustamante, J. A. (1981). La interacción social en la frontera México-Estados Unidos: un marco conceptual para la investigación. En R. González Salazar (Ed.), *La frontera norte: Integración y desarrollo* (pp. 26-45). El Colegio de México. <https://muse.jhu.edu/book/74433>
- Bustamante, J. A. (1989). Frontera México-Estados Unidos: reflexiones para un marco teórico. *Frontera Norte*, 1(1), 7-24. <https://fronteranorte.colef.mx/index.php/fronteranorte/article/view/1666>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (julio, 2020). *Sectores y empresas frente al COVID-19: emergencia y reactivación*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). <https://www.cepal.org/es/publicaciones/45734-sectores-empresas-frente-al-covid-19-emergencia-reactivacion>
- Cohen, L., Manion, L. y Morrison, K. (2007). *Research methods in education* (6^{ta} ed). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203029053>
- Consejo de Salubridad General. (30 de marzo de 2020). 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). SEGOB. Secretaría de Gobernación. Diario Oficial de la Federación. https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5590745&fecha=30/03/2020
- Datur. (abril, 2022). *Análisis del turismo fronterizo 2018-2021*. Ene-Feb 2022. Secretaría de Turismo [México]. https://www.datatur.sectur.gob.mx/Documentos%20compartidos/Importancia_del_mercado_fronterizo_internacional.PDF
- De los Santos, S. y Covarrubias, L. (2023). 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* (1a ed., pp. 35-54). Centro De Investigación en Alimentación y Desarrollo (CIAD) y Editorial y Distribuidora Académica Libertad Mexicana (LIBERMEX).
- Dear, M. y Leclerc, G. (2003). Introduction: The posborder condition. Art and urbanism in Baja California. En M. Dear y G. Leclerc (Eds.), *Postborder City: Cultural Spaces of Baja California*. Routledge.
- Department of Homeland Security. (20 de marzo de 2020). Joint Statement on US-Mexico Joint Initiative to Combat the COVID-19 Pandemic. Homeland Security [sitio web]. <https://www.dhs.gov/news/2020/03/20/joint-statement-us-mexico-joint-initiative-combat-covid-19-pandemic>
- Dilla, H. (2008). Los complejos urbanos transfronterizos en la frontera dominico-haitiana. En H. Dilla (Ed.), *Ciudades en la frontera. Aproximaciones críticas a los complejos urbanos transfronterizos* (pp. 167-203). Editora Manatí.
- Dilla, H. (2015). Los complejos urbanos transfronterizos en América Latina. *Estudios Fronterizos*, 16(31), 15-38. <https://doi.org/10.21670/ref.2015.31.a01>
- Duchek, S. (2020) Organizational resilience: a capability-based conceptualization. *Business Research*, 13(1), 215-246. <https://doi.org/10.1007/s40685-019-0085-7>
- GIDI. (octubre, 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).
- Gomis, R., Carrillo, J. y De los Santos, S. (2021). Impactos del COVID-19 en las empresas de Baja California. En O. Contreras (Ed.), *Ciencias sociales en acción: Respuesta frente al COVID-19 desde el norte de México* (pp. 80-93). El Colegio de la Frontera Norte. <http://libreria.colef.mx/detalle.aspx?id=7758&AspxAutoDetectCookieSupport=1>
- Herzog, L. (1997). The transfrontier Metropolis. *Harvard Design Magazine*, (1), 1-5.
- Iglesias, N. (2004). En pocas palabras: representaciones discursivas de la frontera México-Estados Unidos. *Aztlan: A Journal of Chicano Studies*, 29(1), 145-153. <https://doi.org/10.1525/azt.2004.29.1.145>
- Iglesias, N. (2014). Tijuana provocadora. Transfronteridad y procesos creativos. En M. Valenzuela (Ed.), *Transfronteras: fronteras del mundo y procesos*

- culturales (pp. 97-127). El Colegio de la Frontera Norte. <https://libreria.colef.mx/detalle.aspx?id=7421>
- Iglesias, N. (2022). El COVID-19 y su impacto en las economías culturales de Tijuana-San Diego. En R. Fernández de Castro, P. Ganster y C. González Gutiérrez (Eds.), *Calibaja: Emergiendo más fuertes tras el COVID-19. Reporte 2020-2021* (pp. 61-73). Center for US-Mexican Studies, UC San Diego. https://usmex.ucsd.edu/research/usmex_calibaja_after-covid-19_report-2020-21_es.pdf
- INEGI. (2021). Censos económicos 2003, 2008, 2013 y 2018 [Organismo público]. <https://www.inegi.org.mx/app/saic/>
- Lara, F., Carrillo, J. y Gomis, R. (2023). Introducción. En F. Lara, J. Carrillo y R. Gomis (Eds.), *Perspectivas regionales del impacto de la COVID-19 sobre las empresas: Crisis, adaptación, y resiliencia* (1a ed., pp. 15-31). Centro De Investigación en Alimentación y Desarrollo (CIAD) y Editorial y Distribuidora Académica Libertad Mexicana (LIBERMEX).
- Lardiés Bosque, R. (2012). La migración de jubilados estadounidenses y su contribución al desarrollo de la zona costera en la frontera norte de México. En H. Cairo, A. Cabezas, E. del Campo, J. Carpio, T. Mallo (Eds.), *XV Encuentro de Latinoamericanistas Españoles* (pp. 198-209). Trama editorial-CEEIB. <https://shs.hal.science/halshs-00873711>
- Olmos, M. (20 de septiembre de 2018). El pueblo Kumiai: la línea que los cruzó. Colef.mx [sitio web]. <https://www.colef.mx/estemes/el-pueblo-kumiai-la-linea-que-los-cruzo/>
- Saligan, I. C., Salinas, V. A. y Del Carpio, P. S. (2017). Dificultades en torno a la producción artesanal. *Jóvenes en la ciencia*, 3(2), 1200-1204.
- Secretaría de Salud. (31 de marzo de 2020). ACUERDO por el que se establecen acciones extraordinarias para atender la emergencia sanitaria generada por el virus SARS-CoV2. SEGOB. Secretaría de Gobernación. Diario Oficial de la Federación. https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5590914&fecha=31/03/2020