



# Desigualdades Urbanas y Sociales ocasionadas por el Turismo. El Centro de Ensenada, B.C.

Urban and Social Inequalities caused by Tourism. The Center of Ensenada, B.C.

Desigualdades Urbanas e Sociais Causadas pelo Turismo. O Centro de Ensenada, B.C.

Laura Susana Zamudio Vega  
Dra. en Arquitectura.  
Universidad Autónoma de Baja California  
zamudio.laura@uabc.edu.mx  
 <http://orcid.org/0000-0002-6137-3965>

Dulce Gabriela Velázquez Juárez  
Mtra. en Restauración.  
Universidad Autónoma de Baja California  
dulce.velazquez@uabc.edu.mx  
 <http://orcid.org/0000-0002-9447-5191>

Recibido: septiembre 8 de 2021  
Aceptado: noviembre 20 de 2022  
Publicado: noviembre 29 de 2022

## RESUMEN

A 140 años de su fundación oficial, Ensenada, Baja California, es una de las ciudades de México que apuesta principalmente a la actividad turística para desarrollarse y crecer económicamente. En este Artículo abordaremos de forma general las condiciones de los destinos turísticos fronterizos en Baja California y particularmente las desigualdades urbanas y sociales identificadas en la zona centro de la ciudad. Para ello, se realizó un análisis documental, encuestas y observación en campo, explorando los impactos socioespaciales de dicha actividad económica, indagando en *las regiones frontales y traseras* del turismo sugeridos en la teoría de Dean MacCannell (1976).

**Palabras clave:** Desigualdad socioespacial, Turismo, Imaginarios, Patrimonio, Ensenada.

## ABSTRACT

140 years after its official foundation, Ensenada, Baja California, is one of the cities in Mexico that bets mainly on tourism to develop and grow economically. In this article we will address in a general way the conditions of border tourist destinations in Baja California and particularly the urban and social inequalities identified in the downtown area of the city. For this, a documentary analysis, surveys and field observation were carried out, exploring the socio-spatial impacts of said economic activity, inquiring into the front and rear regions of tourism suggested in the theory of Dean MacCannell (1976).

**Keywords:** Sociospatial inequality, Tourism, Imaginaries, Heritage, Ensenada.

Cómo citar (APA)

Zamudio Vega, L. S., Velázquez Juárez, D. G. (2022). Desigualdades Urbanas y Sociales ocasionadas por el Turismo. El Centro de Ensenada, B.C. *Procesos Urbanos*. 9(2):e597. <https://doi.org/10.21892/2422085X.597>



©2022 Los Autor(es). Publicado por CECAR

Revista Procesos Urbanos está distribuido bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-CompartirIgual 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) Internacional.

## RESUMO

140 anos após sua fundação oficial, Ensenada, Baja California, é uma das cidades do México que aposta principalmente no turismo para se desenvolver e crescer economicamente. Neste artigo abordaremos de forma geral as condições dos destinos turísticos fronteiriços em Baja California e particularmente as desigualdades urbanas e sociais identificadas no centro da cidade. Para isso, realizou-se análise documental, levantamentos e observação de campo, explorando os impactos socioespaciais da referida atividade econômica, indagando sobre as regiões de frente e de retaguarda do turismo sugeridas na teoria de Dean MacCannell (1976).

**Palavras-chave:** Desigualdade socioespacial, Turismo, Imaginários, Patrimônio, Ensenada.

## INTRODUCCIÓN

Ensenada, con apenas 140 años de su fundación, posee cualidades que la hacen diferente a las ciudades del centro de México. Su condición fronteriza, su pronta vocación turística, su dependencia económica del país vecino, así como la lejanía del centro del país, han condicionado sus cualidades arquitectónicas, urbanas y sociales. Estas particularidades se acentúan en la zona centro de la ciudad, que es donde se concentra la actividad turística nacional e internacional, sobre todo de los visitantes que llegan a través del turismo de cruceros y donde observamos una marcada frontera entre las zonas que son turísticas y las que no lo son, que se enfatiza por diferencias arquitectónicas, urbanas y socioeconómicas, que se producen de acuerdo con la presencia de la actividad turística.

En el libro *El turista. Una nueva teoría de la clase ociosa* (2017), Dean MacCannell declara: “En mi opinión, nuestra primera aprehensión de la civilización moderna emerge en la mente del turista” (p. 3). En nuestra opinión, la construcción de la ciudad contemporánea, que es turística, también emerge de la mente del turista, la cual está cargada de imaginarios y representaciones que se hacen tangibles en la arquitectura, en la forma e imagen urbana, así como en los comportamientos sociales. Y, pese a que nuestro interés se centra en la opinión de las personas residentes, en este Artículo llevaremos como eje la *Teoría de la clase ociosa* de Dean MacCannell (1976), con el fin de mostrar las desigualdades producidas por el turismo en nuestro caso de estudio.

Primeramente, realizaremos una breve revisión histórica de los orígenes del turismo en la región. Identificamos también los lugares representativos de la ciudad señalados por las instituciones y aquellos que identifican los residentes, que, a su vez mayoritariamente, son atractivos turísticos y

que MacCannell identifica como *Las vistas*. Para lo cual se utilizó el análisis documental. Analizaremos también las características morfológicas y socioculturales de la zona turística y las zonas no turísticas más próximas, identificando en esta frontera, los contrastes y desigualdades. Para, finalmente, comparar la opinión de los residentes de la ciudad sobre el centro urbano y el turismo, recogida en dos encuestas aplicadas por las autoras en el año 2018 y 2020; esta última, realizada vía online en plena contingencia sanitaria por la Covid-19.

## METODOLOGÍA

El objeto de estudio es la zona centro de Ensenada. Esta incluye el polígono considerado como centro o distrito histórico y la zona turística; la investigación tiene un enfoque mixto, más inclinado hacia lo cualitativo. La población son los residentes de la ciudad de Ensenada, sobre todo aquellos que tienen varios años radicando en la ciudad y la muestra es no probabilística.

Algunas de las técnicas empleadas fueron principalmente la revisión histórica del turismo en la frontera norte en general y en Ensenada en particular. El análisis documental del catálogo de INAH (1986), los itinerarios culturales y turísticos realizados por parte del Patronato del Centro Histórico, Turístico, Cultural de Ensenada AC y la propuesta realizada por la Dra. Claudia Calderón y el Dr. Cuahutémoc Robles, *Descubra el Patrimonio Cultural de Ensenada Zona Centro* (2015); y las encuestas a los residentes de Ensenada, realizadas por las autoras en el año de 2018 y 2020; lo anterior, sirvió para triangular la información recabada con la Teoría de Dean MacCannell (1976) y poder mapear la información en la delimitación del objeto de estudio y obtener mapas ilustrativos de los resultados.

## El Turismo de la Frontera Norte

En el noroeste de México, específicamente en la región conocida como el Distrito Norte de Baja California, el movimiento revolucionario llegó tarde. Esto ayudó a que el movimiento armado fuera menos violento. Sin embargo, su posición geográfica, la relación con la frontera norte y el clima político del momento dieron lugar al desarrollo turístico al igual que en el resto del país, si bien con características muy particulares.

Para entender el clima que se vivía en la región en la época hay registros de que en 1909, Mexicali, la capital actual del Estado de Baja California, "era un pueblo con «algunas cantinas, prostíbulos y garitos, que de día y noche atendía a los turistas». Para la segunda mitad de la década de los veinte, Mexicali contaba con una arquitectura citadina más en forma" (Méndez, 2003, p. 54). Tijuana y Ensenada marcaban la misma tendencia que la capital.

En los inicios de la década de 1920, existían en la zona fronteriza dos grandes casinos: el más famoso fue El Tecolote, en Ensenada y el Tívoli, en Tijuana, así como una decena de casas registradas en las cuentas fiscales bajo el rubro "diversión". Hubo otros centros de esparcimiento que operaron desde la ilegalidad, como los negocios de los inmigrantes chinos y la Asociación Mutualista China Lung Shing, en donde se fumaba opio sin restricciones (Méndez, 2003, p. 54-55).

A este contexto se suma un acontecimiento histórico que aceleró el desarrollo turístico. En EE. UU. los ciudadanos del país que lleva la libertad como bandera, fueron sometidos a las restricciones de la fabricación, el consumo y la comercialización de bebidas alcohólicas, con la promulgación de la *Ley Volstead* o *Ley Seca*, que se implementó entre 1919 y 1933. Es así, que los vecinos norteamericanos encontraron en la frontera mexicana la opción para dar rienda suelta al juego y la fiesta, algo que en su país tenían prohibido. Así, del otro lado de la frontera, que para entonces era un territorio apenas poblado por unas cuantas viviendas y villas, fue el foco de atención de empresarios que radicaban en la región —tanto del lado mexicano como del estadounidense— quienes apostaron por invertir en centros de ocio y en equipamientos para recibir a la población norteamericana, que encontraba aquí un refugio donde disfrutar de las bebidas alcohólicas, y practicar, además, la cacería y la pesca deportiva. Este período ha sido señalado como "la edad de oro de los contrabandistas de licor y brebajes de todo tipo" o "la válvula de

escape del puritanismo norteamericano" (Salazar y Piñera, en Méndez, 2003, p. 54-55). Así, el desarrollo turístico de la región noroeste de México fue resultado de aprovechar las circunstancias y de la visión de algunos gobernadores (Epigmenio Ibarra hijo (1921), José Inocente Lugo (1922-1923) y Abelardo L. Rodríguez (1923-1929)), y empresarios que apostaron por el turismo, destacando la Figura de Pedro Juan Irigoyen, quien propuso un ambicioso proyecto: comunicar los estados fronterizos de Estados Unidos con el Distrito Norte de la Baja California, y en un segundo momento los Distritos Norte y Sur del espacio peninsular. La iniciativa Irigoyen sugirió una zona de libre comercio, beneficiarse de la coyuntura económica del turismo y facilitar el cruce de la línea imaginaria entre los dos países, para dar rienda suelta a la inventiva de los consumidores de ocio y diversión (Méndez, 2003, p. 57).

Aunque dicho proyecto no vio la luz en aquel entonces, la visión de Irigoyen no estaba errada, ya que el desarrollo urbano y de infraestructuras para el turismo se dio aunque de forma desordenada. De esta época surgió la consolidación de símbolos arquitectónicos que están presentes en el imaginario y el paisaje cultural de los habitantes de la región hasta la fecha, incluso cuando se conservan partes aisladas de ellos. Nos referimos al Hotel-Casino de Agua Caliente (1928) en Tijuana, El Hotel Rosarito Beach (1925) en Rosarito, y el Hotel Playa (1930), hoy Centro Social, Cívico y Cultural Riviera en Ensenada, inmuebles considerados dentro del listado de bienes susceptibles a la declaratoria como Patrimonio Cultural del estado de Baja California, con excepción del Hotel-Casino de Agua Caliente, en Tijuana. Los tres construidos al estilo del *Spanish Colonial Revival*, un estilo que tuvo mucho auge en California.

Baja California, con sus propios medios, construía una identidad más cercana al vecino estado del norte que a las tradiciones arquitectónicas del país, y en ello siempre fue determinante el aislamiento y la distancia de la entidad del centro de México durante medio siglo XX (Robles y Calderón, 2018, p. 7).

La naciente actividad turística de ese entonces sentó las bases de la explotación del suelo para usos turísticos en la región costera que va desde Tijuana a Ensenada, pasando por Rosarito, conocida como el Corredor Costero Tijuana-Rosarito-Ensenada (COCOTREN), que, si bien tuvo períodos de depresión, permanece constante en el tiempo. Y se ha mantenido en gran parte por los

vecinos del norte, como lo hacen notar Bringas y Toudert (2016):

La importancia del mercado estadounidense en la actividad turística de Baja California se traduce en que ha tenido un peso fundamental en la estructuración de las lógicas y dinámicas de integración de los productos turísticos locales y regionales. En este sentido, independientemente de la fuerza de los segmentos del consumo, los visitantes internacionales de origen hispano y anglosajón, pero sobre todo de estos últimos han sido, a lo largo de la historia, un fuerte catalizador de las nuevas inversiones y fuente primordial de atención e impulso del turismo del estado (p. 112).

Sin embargo, no hay que perder de vista que el turismo regional es también importante, lo que se hizo notable durante la desescalada sanitaria producida por la pandemia sanitaria por Covid-19. Así, la ciudad recibe constantemente visitantes de las ciudades de Tijuana, Rosarito, Mexicali, San Quintín, Maneadero, y de otros estados como Sonora y Baja California Sur. Pero, así como se observa una constante en la bonanza turística, los efectos secundarios no deseados del turismo también se manifiestan desde sus inicios y se mantienen hasta ahora, observando riesgos latentes y exponenciales que explicaremos más adelante.

En la actualidad la oferta turística de Ensenada se divide en dos tipologías principalmente: a) la del turismo de élite, que visita las vinícolas, la oferta gastronómica y otro tipo de experiencias turísticas complementarias, relacionadas con el bienestar en Valle de Guadalupe, incluso sin necesidad de llegar la ciudad de Ensenada, y b) la del turismo de masas producto del turismo de cruceros que se concentra principalmente en la zona centro de la ciudad y cuya oferta turística consiste en la visita a la zona comercial, el recorrido a algunos de los edificios históricos (principalmente el Centro Cultural Riviera y la Cantina Hussong's), el consumo de bebidas alcohólicas y el disfrute de la gastronomía local. Pese a que ambas tipologías presentan desigualdades dignas de ser estudiadas, en lo sucesivo nos concentraremos en la última tipología que es la que mayor impacto manifiesta en lo cotidiano para los ciudadanos de esta ciudad.

### **Lugares Significativos y Representativos del Puerto. Las Vistas.**

Como mencionamos antes, utilizaremos la teoría de MacCannell en la que explica que la expansión

empírica e ideológica de la sociedad moderna está íntimamente relacionada de diferentes modos con el ocio moderno de masas, en especial con el turismo internacional (2017, p. 5) y, a nuestro parecer, es hoy más que nunca evidente en la planificación urbana y en las relaciones que se establecen con el espacio las personas que habitan lugares turísticos. Con relación a las atracciones turísticas, el modelo de MacCannell establece la atracción turística como la relación empírica entre el *turista*, una *vista* y un *marcador* (una información sobre la vista) (2017, p.56).

Los modernos, de algún modo, conocen cuáles son las atracciones importantes, incluso en lugares remotos. Este milagro de consenso que trasciende las fronteras nacionales se basa en un conjunto elaborado de mecanismos institucionales, un proceso dual *de sacralización de la vista* que se corresponde con una *actitud ritual* por parte del turista. (MacCannell, 2017, p. 57).

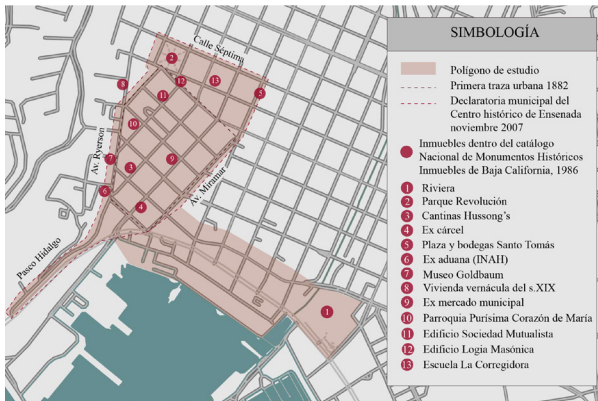
Si bien, la oferta turística es indicadora de los lugares representativos de las ciudades, no siempre incluyen lugares que son significativos para los habitantes de los lugares. Sobre esta base, a continuación, revisaremos cuáles son los lugares significativos de nuestro caso de estudio, que en su mayoría se identifican también como atractivos turísticos.

En el caso de Ensenada la mirada turística que se promueve de la zona centro se concentra principalmente en la Calle Primera (la calle turística por excelencia), el Malecón, la Plaza de la Bandera, la Plaza de las Tres Cabezas, la Concha acústica, las fuentes danzantes y la playa pública Playa Hermosa. Sin embargo, dentro de los lugares significativos y representativos del puerto, además de la perspectiva turística, cruzaremos la mirada entre dos visiones adicionales:

a) La institucional, en este caso representada por los expertos en patrimonio y recogida a partir del estudio de los folletos de recorridos históricos del centro, el mapa del recorrido *Caminar el Centro* (2015) del Patronato del Centro Histórico de Ensenada, A.C, y la propuesta de itinerario *Descubra el Patrimonio Cultural de Ensenada Zona Centro* de Calderón y Robles (2015), incluyendo aquellas propuestas que se consideran dentro del Catálogo del INAH (1986).

b) La de los habitantes, quienes son y serán los máximos representantes del territorio y constructores de su patrimonio, al menos en teoría, y a quienes afectan directamente las desigualdades

producidas por el turismo. Para lo cual se realizaron dos encuestas (2018 con 385 respuestas y 2020 con 300 respuestas), que se aplicaron respectivamente de forma presencial en las calles de la ciudad y a través de la plataforma Google Forms.



**Figura 1.** Inmuebles del catálogo Nacional de Monumentos Históricos inmuebles de Baja California 1986 localizados en la zona centro. Fuente: autoras (2022)

Así, en la mirada institucional identificamos 13 edificios que forman parte de los recorridos estudiados y que se encuentran inscritos en el Catálogo del INAH (ver Figura 1). Por otro lado, en la opinión de los residentes recogida en la encuesta del 2020, a la pregunta ¿Qué lugares considera son más representativos?, el 45% mencionó edificaciones históricas y un 29% señaló espacios públicos abiertos (plazas, parques, etc.). Los resultados más sobresalientes fueron los que se representan en la Figura 2.



**Figura 2.** Edificios y lugares representativos para la población, de acuerdo con la encuesta realizada en 2020 Fuente: autoras (2022)

Como resultado de esta comparación, encontramos que existen 6 lugares significativos señalados tanto por la mirada institucional, como por los residentes: el Ex Hotel Playa Ensenada, Riviera (1930), el Parque Revolución (1890), la Cantina Hussong's (1892), el Cuartel de la Compañía Fija (1886), las Bodegas y Plaza Santo Tomás (1888) y la ex Aduana (1886), hoy INAH.

Por otro lado, existen algunas edificaciones que forman parte del catálogo nacional de monumentos históricos de Baja California (1986), por su valor histórico y cultural, y que se mencionan en los recorridos estudiados, como por ejemplo el Templo Purísima Corazón de María (1897), la Logia Masónica (c. 1920), el Monumento a Miguel Hidalgo (1910), la escuela La Corregidora (1922), o el Museo Goldbaum (c. 1925), pero que no son reconocidos como simbólicos o representativos para los habitantes locales, o por lo menos no salieron a luz al realizar la encuesta. Entre ellos, se reconocen templos religiosos, hoteles, comercios, viviendas, escuelas, hospitales, monumentos y museos que, si bien la mayoría se encuentran en uso y forman parte de la historia local, no fueron recordados por la población encuestada.

En cambio, existen ocho lugares que los residentes señalaron como simbólicos, pero que no están reconocidos como tal por el INAH ni en los recorridos, en gran parte por su año de construcción. Entre estos lugares encontramos mayoritariamente espacios públicos como el Malecón y la Ventana al Mar, Plazas, Calles, entornos naturales; el mercado de pescados y mariscos conocido como Mercado Negro (c. 1980), hoteles y centros culturales. Sabemos que estos espacios no serán parte del catálogo porque no cumplen con los criterios de selección, sin embargo, son representativos para la comunidad ensenadense. Es aquí donde radica la contradicción entre lo patrimonial y lo simbólico, pues no siempre las instituciones encargadas de proteger estos bienes patrimoniales toman en consideración la percepción ciudadana.

Si bien, la comparativa aquí expuesta es disímil, dado que la mirada institucional seleccionada incluye únicamente edificaciones y la pregunta realizada en nuestra encuesta fue más abierta (¿Qué edificios, espacios o lugares considera que sean más representativos de Ensenada, B.C.?), consideramos interesante la omisión de edificios que, si bien son simbólicos desde su perspectiva histórica, arquitectónica o artística, no estaban presentes en la memoria de los ciudadanos que

respondieron la encuesta. Esto puede atribuirse al abandono de alguno de ellos, o bien a que son instancias privadas que no permiten el acceso libre al patrimonio. Con esto y siguiendo la teoría de MacCannell (2017), concluimos que se corre el riesgo de perder su significado socio-simbólico más amplio y convertirse una vez más en meros aspectos de un escenario social limitado (p. 59).

Otro hallazgo que llama nuestra atención es que en ambos recorridos se menciona edificaciones desaparecidas como el Hotel Iturbide (1900) o el edificio Nopal (1887), y el Quisco del Parque Porfirio Díaz (ca. 1917), hoy Parque Revolución. Entendemos que en el afán de conservarlos en la memoria colectiva y para concientizar a la población local sobre el valor del patrimonio y el riesgo de su pérdida.

### Las Regiones Frontales y Traseras del Turismo en Ensenada

Ahora bien, entrando en la parte turística de la delimitación de estudio, y haciendo énfasis en la teoría propuesta por MacCannell, quien señala que el concepto genérico de "estilo de vida", ha permeado en las prácticas específicas de trabajo y ocio, por ello, es que el autor no deslinda el turismo del actual sistema laboral y del ocio de las clases medias. El turismo era básicamente un mecanismo de compensación para la insatisfacción que existe en la vida moderna (Cohen, 2005).

MacCannell (2017) argumenta que el hombre moderno está perdiendo vínculos con el entorno y la gente que lo rodea, que se asumían como "propios", y al mismo tiempo se encuentra interesado por observar "la vida real de otros". "En los escenarios modernos, la sociedad se establece por medio de representaciones culturales de la realidad a un nivel por encima del de las relaciones interpersonales" (p.122).

En esta estructura social moderna, el turista, busca o se refugia en "experiencias auténticas" y por medio de éstas se valida a sí mismo. MacCannell, siguiendo la propuesta metodológica de Goffman analiza el turismo en base a tres características: *regiones frontales, traseras y realidad*. La primera, las *regiones frontales*, en términos arquitectónicos, sería el vestíbulo, las áreas públicas y sociales en donde se permiten el paso al otro, por lo tanto, procuran ser impecables y mostrar la faceta más agradable del lugar; las *regiones traseras*, a diferencia, son la parte oculta, donde se esconde

aquello que no se quiere mostrar a todos, continuando con los términos arquitectónicos, sería la cocina, el cuarto de servicios, los armarios, todo aquello que no se quiere mostrar tal y como es; y, por último, la *realidad*.

Podemos asegurar, que en los espacios turísticos se muestra *la región Frontal*, inclusive cuando se intenta descubrir el lado trasero de dichos espacios. El turista compra experiencias que se "sientan" como "auténticas", pero que al mismo tiempo sean gratas, no obstante, las "malas experiencias" forman parte de la autenticidad cotidiana de los lugares. Sin embargo, "no todos los turistas se preocupan por ver detrás de la escena en los lugares que visitan. A veces, y para algunos visitantes, las regiones traseras resultan molestas" (MacCannell, 2017, p.127).

Para estos casos, el autor sugiere que existe otra cara, la *autenticidad escenificada en escenarios turísticos*, la acción empírica en escenarios turísticos está confinada principalmente al movimiento entre áreas decoradas para asemejarse a regiones traseras y las regiones traseras en las que el turista tiene permitido espiar (MacCannell, 2017, p.135). "Los espacios turísticos son espacios discursivos de todos los que participan planificadores, políticos, conservadores, empresarios, artistas y turistas. Los discursos de cada uno de ellos «enmarcan y domesticar» lugares turísticos creando «un espectáculo generado culturalmente» que pueden consumirse y experimentarse de formas distintas y por gente diferente" (Lasansky, 2006, p.17).

En el caso de estudio a escala urbana, identificamos con claridad la región Frontal producto del turismo y las regiones traseras. A continuación, revisaremos a detalle ambas.

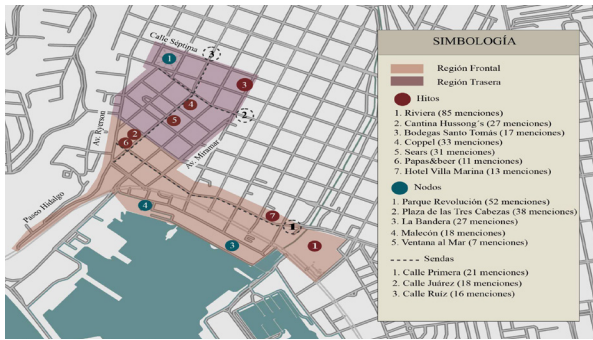
### Región Frontal

La zona turística se concentra donde concluye la carretera escénica que conecta el corredor costero Tijuana-Rosarito-Ensenada (COCOTREN) y donde empieza el centro de la ciudad, delimitado horizontalmente por la zona del malecón (frontera con el mar), el boulevard Costero/Carretera Transpeninsular, la calle Primera, y el tramo de la calle Segunda comprendida entre las calles Ryerson y Miramar; y verticalmente por las calles Ryerson y la Calle Club Rotario (Floresta) (Ver Figura 3).

Esta zona se caracteriza por ser por mucho, el espacio más cuidado de la ciudad. Algunas de las diferencias urbanas significativas son el ancho de sus banquetas y que estas cuentan con rampas para personas con movilidad reducida, en su mayoría esta zona está bien alumbrada por la noche y alumbrado público está soterrado, cuenta con mobiliario urbano como contenedores de basura, algunas bancas y señalamientos de los nombres de las calles (desde el 2019), las calles están en buenas condiciones para la circulación vehicular, existen semáforos para cruces peatonales los cuales están señalizados. Se cuenta, además, con vegetación y algunas esculturas sobre todo en el camellón del Bulevar Costero y en la Plaza de las Tres Cabezas, donde se dispusieron palmeras y zonas arboladas.

Hablando específicamente de la Calle Primera, podemos apreciar que es multicolor y variada, en términos arquitectónicos no se observa una homogeneidad. Se observa una variedad de locales que no tienen mucha relación uno del otro. Lo que sí resalta, es que los locales comerciales están diseñados para los turistas, y que los habitantes aprovechan el dinamismo de esta calle a ciertas horas y en ciertos días para ir a ver, y ser vistos, algo popularmente conocido como *Primerear* (ver Figura 4).

Los espacios públicos que se localizan en esta zona incluyen el Malecón, la Plaza de la Bandera, la Ventana al Mar (concha acústica abierta), la recientemente remodelada Plaza de las Tres Cabezas, el Puerto de Cruceros y el Monumento al Pescador; establecimientos de servicios y comercio, como por ejemplo, el Mercado Negro (mercado de mariscos), hoteles, bares destacando la Cantina Hussong's, restaurantes, comida callejera (carretas de mariscos), cafeterías, tiendas de souvenirs, farmacias, casas de cambio, cines, spas, gasolineras, expendios de bebidas y licores, entre otros. En cambio, la vivienda es prácticamente inexistente.



**Figura 3.** Región Frontal, Trasera, hitos, nodos y sendas con más menciones en la encuesta realizada en 2022. Fuente: autoras (2022)



**Figura 4.** Región Frontal. Calle Primera entre Alvarado y Blancarte Fuente: Autoras, (2020)

Esta zona destaca de toda la ciudad por el marcado uso público del espacio, ya sea por el disfrute de las áreas señaladas arriba; o bien porque algunos establecimientos de comida (restaurantes, cafés y comida ambulante) utilizan las banquetas y las plazas como comedores abiertos, así es habitual que gran cantidad de personas se congreguen alrededor de las carretas de mariscos. También

sobresale por ser un espacio para salir a pasear, ya que cuenta con algunos tramos peatonales permanentemente (como por ejemplo el malecón), y otros lo son temporalmente los fines de semana, ya que desde la pandemia por Covid-19, sábados y domingos se peatonaliza la calle Primera en el tramo que va de la calle Alvarado a la Castillo.

Arquitectónicamente observamos una combinación de estilos que pueden ir desde el neocolonial, californiano, hasta el contemporáneo. En este sentido llama la atención la *autenticidad escenificada* de lo mexicano a través del uso de arcos no estructurales, colores estridentes, el uso de la teja, o de detalles prehispánicos dispuestos de forma decorativa, mezclados con la arquitectura prefabricada de madera importada de EE. UU.

La imagen urbana está caracterizada por vistosos y grandes letreros (algunos incluso con relieve) que generan una contaminación visual considerable, que se combina los puestos de sombreros, ponchos, juguetes, los suvenires de los vendedores ambulantes, que ofrecen "curios" fabricados de forma industrial, no se sabe dónde. En estas calles es también habitual encontrar personas en situación de calle, así como niños pidiendo dinero o grupos de norteño ofreciendo canciones a cambio de unos cuantos dólares.

Por último, destacamos que esta zona es la única que no sufre los problemas que son una constante en el resto de la ciudad, como son los baches en las calles, el desabasto de agua, la falta recogida de basuras, la falta de alumbrado público, falta de señalética, vigilancia, por mencionar algunas.

### Región Trasera

Por otro lado, la región Trasera es mucho más extensa, variopinta en cuanto a usos (aunque predomina el uso comercial), imagen urbana y problemáticas asociadas a lo socio-urbano. Como se puede observar en el Figura 3 hemos limitado la zona Trasera al área que comprende de la calle Segunda a la calle Séptima horizontalmente, y verticalmente de la calle Ryerson a la Miramar, lo anterior por lo significativo del espacio, ya que

esta área corresponde a la primera traza urbana de la ciudad, y es la zona declarada como Centro Histórico desde 2007.

Recordando el apartado anterior, en esta zona se localizan numerosos edificios incluidos en el catálogo Nacional de Monumentos Históricos inmuebles de Baja California, como las Bodegas de Santo Tomás (c. 1913), el Parque Revolución (1890), el ex Mercado Municipal/Archivo histórico (c. 1907), la Parroquia de la Purísima Corazón de María (1897), el Edificio de la Sociedad Mutualista (1918), El edificio de la Logia Masónica (1894), La escuela Corregidora (1922), y algunos edificios de vivienda. Destacan también otros edificios como el Hotel Ritz, el Cine Maya (c. 1938), el ex Teatro de Ensenada (1947), la Estación Centro de Policía y Bomberos (s. XX), el Café La Casa Antigua (1888).

Además de lo anterior, este espacio es muy representativo por los comercios a los que acuden los residentes y que incluso utilizan como referencia dentro de la ciudad. Por ejemplo, en la avenida Ruíz las tiendas Sears, Dax, Pierre, la Papelería Ramírez, bancos, y otros comercios destacados por mantenerse en el tiempo como la sombrerería y zapatería La Perla del Pacífico o la tienda de ropa El Faro, y otros con menor reputación pero muy frecuentados como el Hot Fox (restaurant-bar para caballeros); el Mercado Mayorista, la tienda Elektra, entre otros. Así también encontramos edificios de servicios entre los que se encuentran numerosos bancos y las oficinas de telecomunicaciones Telnor.

Mención aparte merece la calle Miramar, que encabeza la zona de tolerancia de la ciudad, donde se localizan reconocidos bares que ofrecen amedidades para adultos, como son El París de Noche, La Potranca, El 13 Negro o La Política Alegre, área de la ciudad que los más conservadores procuran evitar.



**Figura 6.** Región Trasera. Calle Juárez entre Riveroll y Miramar.  
Fuente: autoras (2022).



Los espacios públicos que destacan de esta zona son el Parque Revolución y la Plaza Santo Tomás, ambos espacios recientemente remodelados. El primer caso polémico sobre todo por la sustitución de una réplica del kiosco de 1917 que recordaba la historia del parque y que fue sustituido por una edificación contemporánea que para el gusto de muchos fue desafortunada. En el caso de la Plaza de la legendaria vinícola, se ubica en la calle Miramar entre la calle Sexta y Séptima, intervención que fue posible gracias a la peatonalización de la calle, cortando la circulación vehicular. Esta intervención llama la atención por varios motivos, pero nos gustaría destacar que, a cambio de la concesión del espacio público a una instancia privada, la ciudadanía ganó un espacio público donde desde el año 2021 se realizan actividades culturales y recreativas, algunas de las cuales son gratuitas. Sin embargo, el uso del espacio de estacionamiento es exclusivo para el consumo en los locales comerciales, bares y restaurantes de la plaza, donde además está prohibida la venta de comercio ambulante, lo cual genera un uso limitado y excluyente del espacio.

Continuando con la descripción de la zona urbana, si bien no es una de las zonas más deterioradas de la ciudad, es visible la diferencia en la imagen urbana, el equipamiento, las condiciones lumínicas, la reducción de las banquetas y sobre todo el tipo de comercios, que a diferencia de la zona anterior, venden productos de uso cotidiano o de consumo personal, es decir, no tienen como objetivo al turista. Respecto al uso de las banquetas, observamos en general, una gran cantidad de obstáculos para la circulación peatonal, así el peatón libra la circulación entre postes, letreros de exclusividad de estacionamiento, anuncios publicitarios de los comercios, cabinas telefónicas sin uso y comercio ambulante principalmente. En toda esta zona se localizan muchos puestos de comida informal que venden todo tipo de alimentos, pero sobre todo mariscos, con excepción de la Plaza Santo Tomás. En la calle Gastelum entre las calles Tercera y Cuarta sobresale la gran cantidad de comercio de frutas y verduras, algo que resulta interesante, ya que las personas vendedoras se posicionan frente al supermercado El Mayorista que también vende este tipo de productos.

Pese a que desde el año 2006 existe un Reglamento de Protección y Mejoramiento de la Imagen Urbana de la Zona Turística del Centro de la Ciudad de Ensenada, que incluye la zona de estudio aquí propuesta, observamos que los alineamientos y las alturas máximas permitidas no se respetan en esta

zona, ni en la región Frontal vista en el apartado anterior. Tampoco se observa que se fomente la remodelación de fachadas que presenten una arquitectura irrelevante, (de acuerdo con el ayuntamiento en su Artículo 6, se entiende por Arquitectura Irrelevante: edificaciones provisionales sin ningún atributo o valor estético ni histórico que por lo general ofrecen una imagen decadente y pobre, degradando la calidad visual del entorno) ni se respeta el uso del color recomendado (Artículo 28), por citar algunos.

### **Contrastes y Desigualdades. La Opinión del Residente**

Una vez esbozadas las principales diferencias entre ambas zonas, en este apartado presentaremos los resultados de la opinión que tienen los residentes respecto al centro y a la actividad turística que se desarrolla en la ciudad, que se recabaron en la aplicación de encuestas: la primera realizada en el 2018 y la segunda aplicada en el 2020.

Respecto a los motivos por los cuales los residentes visitan el centro de la ciudad, el 44% va principalmente para realizar actividades comerciales ya sea de compra o de venta, el 20% manifestó visitar el centro para ir a restaurantes, bares, cafeterías y un 9% para realizar gestiones de servicios. En este primer acercamiento observamos que la razón principal para dirigirse al centro de la ciudad se enfoca principalmente en la zona Trasera delimitada en el apartado anterior. Esto se reitera con las respuestas a la pregunta *¿Qué lugares frecuenta del centro con mayor frecuencia?*, ya que un 29% respondió que comercios (detrás), 22% vialidades (delante y detrás, como la Calle Primera, Gastelum, Ruíz, Boulevard Costero, etc.), 13% servicios (detrás), y 13% gastronomía (delante y detrás). Es interesante constatar que, pese a la importancia de *los marcadores*, en el caso de la ciudad de Ensenada, son poco visitados por los habitantes. También podemos observar que para las personas locales identifican como actividades lúdicas el consumo en restaurantes y bares. Queda claro que los lugares simbólicos para la población, donde se observa mucha concurrencia, son mayoritariamente espacios abiertos, como el Malecón, el Parque Revolución y la Plaza de las Tres Cabezas.

Preguntamos también sobre aquellos edificios o lugares que utilizaba como forma de orientación o para dar alguna indicación en el centro de Ensenada; el que más se mencionó fue el Riviera

(122 menciones); el segundo lugar corresponde al Parque Revolución (52 menciones); el tercer lugar que la población utiliza como referencia para ubicarse en el centro de la ciudad fue la Plaza de las Tres Cabezas (38 menciones); le sigue la tienda Coppel (33 menciones); la tienda Sears con 31 menciones; y La Bandera (27 menciones). La Calle Primera (21 menciones); el Cearte, (19 menciones), la Calle Ruíz o R1 (Calle primera y Ruíz) (18 menciones), el Malecón (18 menciones); la Bodega Santo Tomas (17 menciones); dentro de las vialidades también se encuentra la Calle Juárez (16 menciones); y en la categoría de hoteles, está el Hotel Villa Marina (13 menciones) y la Catedral, la Playa y el *Papas&Beer* con 11 menciones respectivamente.

Otros lugares señalados, en menor porcentaje, pero no por ello de menor importancia para identificar todos estos elementos arquitectónicos y urbanos con los que la población memoriza el territorio, fueron; el banco Bancomer y Central de Camiones (8 menciones); la Ventana al Mar y la Colchonera (7 menciones); *McDonald's* (6 menciones); la ex Aduana y la Plaza Marina (5 menciones), y por último el Mercado Negro y la carreta de mariscos la Guerrerense con 4 menciones cada una.

En cuanto a lo que las personas valoran del centro de su ciudad, a la pregunta *¿Qué es lo que más le agrada del centro?* un 34% respondió que la oferta y diversidad, 15% mencionaron lugares específicos y un 15% se refirió al ambiente. Como podemos observar nuevamente se destaca la relevancia de la actividad comercial. En cambio, a la pregunta *¿Qué es lo que más le desagrada del centro?* la mayoría se refirió a aspectos vinculados al descuido (33%), el estado de las infraestructuras (37%) y la percepción de inseguridad (11%). Respecto a esto último, pese a que como mencionamos anteriormente el centro presenta zonas mucho más cuidadas que otras, en términos generales, se observa que pese a esto, sus condiciones no son del todo adecuadas para los ciudadanos, pues hay áreas a las que se les presta mayor atención que a otras, pero dentro del mismo centro se observan diferencias significativas, como las que ya señalamos anteriormente.

Ahora bien, respecto a la percepción que tienen del turismo, en la encuesta aplicada en el 2018, oscila mayoritariamente entre lo neutral (42%) y lo positivo (41%), frente a un 13% que opina que su percepción es negativa. Sin embargo, cuando consultamos quiénes son los principales visitantes del centro la diferencia ya no es tan marcada, ya que un 57% opina que los residentes y un 35% los

turistas. Por lo que concluimos que de acuerdo a su valoración, el centro tiene un marcado uso turístico, sin embargo aparentemente no existe conflicto con la ocupación turística del espacio. En este último punto destaca el siguiente comentario:

“Pues la zona turística la considero parte del centro y ahí sí que se ven más turistas valga la redundancia, sin embargo, el centro “comercial” más adentro es 100% locales” (Mujer, 31-40 años).

En este punto en varios comentarios de los encuestados, como el anterior, fue posible distinguir con claridad la división que existe entre ambas regiones. En este punto destacan en ambas encuestas los comentarios aporofóbicos, que en variadas ocasiones se justificaban por la mala imagen que producen frente a los turistas.

Por otro lado, cuando consultamos si distinguían alguna diferencia urbano-arquitectónica entre la zona turística de Ensenada y las que no lo son, mayoritariamente respondieron que es muy evidente 43%, frente a un 35% que opina que no distingue diferencias y un 23% quien se posiciona en que las diferencias son parciales, es decir, solo en algunos casos. Algunos comentarios como los siguientes fueron frecuentes en las respuestas:

“El cuidado que tiene toda la infraestructura y que en realidad lo único bonito de Ensenada en la ciudad es la zona turística, el resto no está muy bonito” (Hombre, 23 años).

En términos económicos la diferencia identificada entre los precios de productos y servicios en la zona turística y los de otras zonas, no hay lugar a duda de que existe una diferencia significativa, ya que un 82% piensa que no son los mismos precios que en el resto de la ciudad, frente a un 13% que piensa que no hay diferencia. Vinculado a esto consultamos también si consideran que exista una preferencia por parte de las autoridades, instituciones y comerciantes en general, hacia los turistas por encima de los habitantes locales, a esto un 39% piensa que hay una preferencia, pero es discreta, un 34% opina que es alta y un 19% muy alta. En cuyo caso podemos concluir que es evidente que se tiene prioridad para el turismo. También, consultamos si piensan que las intervenciones urbanas están más pensadas para los turistas, que, para los residentes, un 46% opina que para ambos en la misma proporción, un 44%, que sí mayoritariamente pensadas para los turistas y un únicamente un 10% piensa que las autoridades anteponen a los residentes locales que a los turistas.

Por último, cuando consultamos en una pregunta abierta su opinión respecto a los temas observados, encontramos tres tendencias, aquellos que se quejaban de la calidad del turismo, otros que deseaban que se aumentará el turismo y quienes buscaban encontrar una solución. Por ejemplo:

“Me gustaría que realmente conocieran algo de cultura y tradición de México, no solo venir a emborracharse”. (Mujer, 43 años).

“Hacen falta más muelles para recibir más cruceros” (Hombre, 20 años).

“Considero que debe haber un balance entre el desarrollo turístico y el desarrollo sustentable de la ciudad. Que en igual proporción se invierta en las distintas zonas de la ciudad. Se debería pensar primero en el ciudadano y después en los demás derivados de intervención urbanísticas. Eso hará exitosa a la ciudad, su turismo y su calidad de vida.” (Mujer, 30 años).

De cara a estos resultados, vemos que en la actualidad existen opiniones encontradas frente a la actividad turística entre los residentes. Sin embargo, se observa la tendencia a reconocer que hace falta un esfuerzo por mejorar las condiciones generales de la ciudad y con ello ofrecer una mejor experiencia para las personas visitantes.

## Conclusiones

Entendiendo que las relaciones que se establecen en el territorio del centro de Ensenada a partir de la actividad turística son estructuralmente desiguales, sobre todo por las enormes brechas entre un país rico (el de los visitantes) y un país en vías de desarrollo (el de acogida), no es de extrañar que el territorio manifieste las huellas del lugar que ocupa cada quien en la ciudad.

Sin embargo, pese a lo que se podría esperar, en el caso de Ensenada, el marcado *escenario turístico* (MacCannell), es bien aceptado -y reconocido- por los habitantes del lugar, en gran parte porque sus condiciones urbano-paisajísticas son, por mucho, mejores que en el resto de la ciudad. Así se percibe como una zona de la que también pueden beneficiarse y hacer uso.

Pero, cuando profundizamos en otros aspectos como lo económico y lo social, las posturas ya no son tan benévolas. Así, se percibe un doble discurso respecto al turismo, por un lado esta mirada neutral o positiva ante el turismo que se relaciona con el imaginario que el turismo ha creado como activador económico, pese a que se sabe que el tipo de turismo que visita la zona centro de la ciudad —turismo de masas— es un turismo que no hace un gasto significativo. Y por otro lado se reconoce con claridad los efectos perniciosos de los turistas que visitan la zona, entre los que se identifican el ruido, las conductas inapropiadas y los elevados costos que hay que pagar en la zona para disfrutar de los servicios.

Lo interesante aquí es encontrar las formas para establecer un balance entre los aspectos positivos y negativos de la actividad turística, que como vimos, ha acompañado la ciudad desde sus orígenes. Ante esto podríamos aprender de las experiencias ajenas de ciudades donde el turismo ha sido el vencedor y al mismo tiempo el vencido, y no repetir las mismas fórmulas, por las que se está apostando en la ciudad, nos referimos a los proyectos urbano-paisajísticos en los que la opinión de las personas locales (entre ellas muchos expertos en el área), han sido desatendidas, poniendo en riesgo las huellas de identidad y haciendo eco de un urbanismo del espectáculo que no respeta ni las condiciones medioambientales, ni la memoria histórica del lugar y que, por lo tanto, anuncian su fracaso de antemano.

A escala regional el turismo fronterizo está generando consecuencias urbanas y sociales que afectan directamente a las personas que habitan estos lugares, el ejemplo aquí presentado es equiparable al de otras ciudades cercanas a la frontera norte de México como Puerto Peñasco Sonora, donde la prioridad de la inversión económica es la de atraer a turistas de corta estancia o de segunda residencia, en ambos casos, sin contemplar las necesidades del residente local, así como sin valorar o considerar las consecuencias no deseadas de la actividad turística como son la pérdida de identidad o la elitización del territorio, generando con ello acrecentar la desigualdad social que nos aleja cada vez más de alcanzar los objetivos de desarrollo mundiales.

## REFERENCIAS

- Ayuntamiento de Ensenada (2006). Reglamento de protección y mejoramiento de la imagen urbana de la zona turística del centro de la ciudad de Ensenada. Publicado en el Periódico Oficial No. 51 de fecha 08 de diciembre de 2006, Tomo CXIII.
- Bringas, N. y Toudert, D. (2016). Satisfacción turística del visitante fronterizo en Baja California, México. *Región y Sociedad*. No. 65. 109-147.
- Calderón C., Robles, C., Aguilar C. (2015) Patrimonio cultural en Ensenada México. Itinerario y preservación. *Topofilia, Revista de Arquitectura, Urbanismo y Territorios*, Vol. V. Núm. 1.
- Cohen, E. (2005). Principales tendencias en el turismo contemporáneo. *Política y Sociedad*, 2005, Vol. 42 Núm. 1: 11-24.
- Lasansky, D. (2006). Introducción en Lasansky, D. y McLaren, B. (eds) *Arquitectura y turismo. Percepción, representación y lugar*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
- MacCannell, D. (2017) *El turista. Una nueva teoría de la clase ociosa*, Barcelona, España: editorial Melusina.
- Méndez Reyes, J. (2003). Historia del sector servicios: un corredor turístico en el Distrito del Norte de Baja California (1924-1925). *Antropología. Revista Interdisciplinaria del INAH*, (72), 52-62.
- Robles, C. y Calderón, C. (2018). Arquitectura del siglo XX en la frontera norte de México: la arquitectura neocolonial californiana y el patrimonio arquitectónico bajacaliforniano. *Mundo Arquitectura, Diseño Gráfico y Urbanismo*. Año 01. No. 02. 01-24.