

edA

Esempi di Architettura

2019, VOL. 6, N. 2

«Conflictos turísticos: conceptos, casos, tendencias»
Roberto Goycoolea Prado, editor. Olimpia Niglio, scientific editor

Editorial

Roberto Goycoolea Prado

More Tourism? Mass tourism? Mars tourism?
Caterina Anastasia

Coastal transformation processes of a tourism support town in the Caribbean

Aidé Beatriz Vázquez Sosa, Oscar Frausto-Martínez,
Julia Elena Fraga Berdugo, Luis Manuel Mejía Ortiz

Las Palmas de Gran Canaria (España) y el turismo de cruceros: Reseña de un conflicto
Ainhoa Amaro García

La renovación del paisaje urbano del waterfront de Lisboa como espacio turístico-cultural: intervenciones y conflictos

Ángeles Layuno Rosas, Júlia Cristina Pereira de Faria

Mexcaltitán o el mito Manido. La institucionalización de la memoria colectiva como constructo de imaginarios turísticos

Carlos E. Flores Rodríguez, Raymundo Ramos Delgado

Búsqueda del equilibrio entre patrimonio colectivo, oferta alojativa y visitantes. El Barrio de Las Letras de Madrid

Blanca García Henche, Elena Cerdá Mansilla

El establecimiento de un programa funcional para la gestión del patrimonio arquitectónico y su conflicto con el turismo cultural el caso del pósito de la corredera, Córdoba

Javier Valverde Abril

La fórmula 1 y la generación de polos de atracción turística. contraste entre la ciudad de México y de Valencia- España

José Antonio García Ayala, María Guadalupe Valiñas Varela

Restituzione dell'incanto Venezia. heritage-turismo: riconciliare l'inconciliabile

Susanna Piscicella

Aporofobia and tourist Plutofilia in the historical center of Guanajuato, Mexico

José de Jesús Cordero Domínguez

Fenómenos emergentes en las ciudades mexicanas patrimonio mundial: la turistificación y vivienda turística en Morelia y Querétaro

Carlos Alberto Hiriart Pardo, Tania Padilla Rico

La inesperada percepción de los conflictos sociales y espaciales del turismo de cruceros en Ensenada, México.

Laura Susana Zamudio Vega, Roberto Goycoolea Prado

Route Don Vasco de Quiroga in Michoacán (Mexico): Heritage commodification and challenges for sustainable cultural tourism development

Carlos Alberto Hiriart Pardo, Carlos Barrera



The International Journal *EdA Examples of Architecture* was founded in 2006. The Journal with the requirement of 'peer review', was created to disseminate scientific papers published by universities and research centers, in order to focus attention on the critical reading of the projects. The intention is to create a place for a cultural debate on interdisciplinary topics, with the aim to investigate issues related to different fields of study ranging from history, restoration, architectural and structural design, technology, landscape and the city.

The International Journal is composed by eight scientific sections:

CITIES AND TERRITORIES TO LIVE

STRUCTURE AND INFRASTRUCTURE

CRITICAL FUNDAMENTALS OF ARCHITECTURAL RESTORATION

THE ARCHITECTURE OF REASON: TRADITION, HISTORY AND CITY

UTOPIC CITIES: THEORY AND PLANNING

TOWARD A SEISMIC ARCHITECTURE

CONTEMPORARY DECLINATIONS AND LOCAL CONTEXTS

MATERIALS, TECHNOLOGY, INNOVATION AND ENVIRONMENT

edA | 2019, VOL. 6, N. 2

ARACNE

edA
Esempi di Architettura

ISBN 978-88-255-2546-5



euro 40,00

Scientific Director
Olimpia Niglio

Editorial Director
Gioacchino Onorati

Editorial staff
Pietro Artale
Enrico Bono

Contact
publicationseda@gmail.com

National Editorial Board

Ferruccio Canali
Santo Giunta
Damiano Iacobone
Claudia Lamberti
Marzia Marandola
Bruno Pelucca
Ludovico Romagni
Chiara Visentin

Publisher
Gioacchino Onorati editore unip. S.r.l., Canterano (Rm), Italia

Indexation

EdA, Esempi di Architettura
INTERNATIONAL JOURNAL OF ARCHITECTURE AND
ENGINEERING
ANVUR- GEV 08 - SCIENTIFIC JOURNAL
Class B (VQR)
MIUR E211002 - ISSN: 2384-9576 (attiva dal 2007)
MIUR E199789 - ISSN: 2035-7982 (attiva dal 2009) on line

International Scientific Partners

AGATHÓN International Journal of Architecture, Art and
Design, Italy
Cátedra UNESCO Forum Universidad y Patrimonio.
Universitat Politècnica de València, España
CUREE. Consortium of Universities for Research in
Earthquake Engineering, CA, USA

International Editorial Board

Antonello Alici, Norway, Sweden and Finland
Alessandro Camiz, Cyprus
Rubén Hernández Molina, Colombia
Noriko Inoue, Japan
Mabel Matamoros Tuma, Cuba
Elisa Palazzo, Commonwealth of Australia
Luis Palmero Iglesias, Spain
Francesco Rossini, China
Pastor Alfonso Sanchez Cruz, México
Karin Templin, Great Britain (UK)

Scientific Editorial Committee

Federica Visconti, Italy (Coordinator)
Renato Capozzi, Italy
Andrea Catenazzi, Argentina
Giuseppe De Giovanni, Italy
Luigi Guerriero, Italy
Benjamin Ibarra Sevilla, Texas, USA
Taisuke Kuroda, Japan
Giovanni Multari, Italy
Alberto Parducci, Italy
Jorge Vicente Ramirez Nieto, Colombia
Cesare Sposito, Italy
Alicia Ziccardi, México

EMA, Early Modern Architecture, UK
Kanto Gakuin University, Yokohama, Japan
APUNTES, Instituto Carlos Arbeláez Camacho, Pontificia,
Universidad Javeriana, Colombia
ACFA, Asociación Colombiana de Facultades de Arquitectura,
Colombia
AU, Facultad de Arquitectura, Instituto Superior Politécnico,
José Antonio Echeverría, La Habana, Cuba
REVISTARQUIS Universidad de Costa Rica, Costa Rica
ArKeopáticos / Textos sobre arqueología y patrimonio,
Mexico City, Mexico
NHAC, New Horizons for Architecture in Communities,
Oaxaca, Mexico
Gremium Revista de Restauración Arquitectónica, Mexico,
City, Mexico
RNUI, Red Nacional de Investigación Urbana, Puebla, Mexico
VITRUVIO International Journal of Architectural Technology
and Sustainability, UPV, Spain

EdA, Esempi di Architettura
2019, vol. 6, n. 2
<http://esempiarchitettura.it/ojs/index.php/eda>

Biannual Journal

Copyright © MMXIX
Gioacchino Onorati editore S.r.l. unip. S.r.l.

www.aracneeditrice.it
info@gioacchinoonoratieditore.it

via Vittorio Veneto, 20
00020 Canterano (RM)
(06) 4551463

ISBN 978-88-255-2546-5
ISSN 2384-9576 (print)
ISSN 2035-7982 (online)

Printed in June 2019 by «The Factory S.r.l.»
00156 Roma (RM) - via Tiburtina, 912 on behalf of «Gioacchino
Onorati editore unip. S.r.l.» of Canterano (RM)

CALL FOR PAPERS

PAPER TITLE

FIRST AUTHOR NAME ¹
SECOND AUTHOR NAME ²

...

(Affiliation 1): ¹Department, Organization, City, Country
(Affiliation 2): ²Department, Organization, City, Country

...

Email: address (only first author)

Received Month Day, Year (2016).

Abstract

300 words maximum. Only in English.
Type style: book Antigua 9, single spaced

Keywords: Keywords 1, Keywords 2, Keywords 3.

TEXT

Languages: The language authorized is: English.

It is also possible to submit articles in other languages (Spanish, Italian, French, German, etc..) but with the final summary in English.

Type of Articles: research articles (no books or exhibition reviews).

Topics: Contributions to any topic in architecture, restoration, history of architecture, civil engineering and related disciplines are welcome. However, articles should be original and innovative, offering new research material and/or new perspectives.

Text

The text consists of an introduction, paragraphs and conclusions.

Type style: book Antigua 9, single spaced.

Preferred article length is between 20.000 and 40.000 characters (including spaces).

However, both shorter and more comprehensive articles, as well as articles including appendices, are also welcome.

Images and Tables

Format .jpg (300 dpi), color or black and white images.

Caption style: book Antigua 8

Examples:

Fig.1. *Vue generale de la Habane Capitale de l'Isle de Cube* Garneray, Hippolite-Jean-Baptiste (1787-1858) - 1779
[Digital Library of the Ibero-American Heritage, Spain]

Fig. 2. Havana. Castillo de la Real Fuerza in Weiss Joaquín E. 1972. *La arquitectura colonial cubana*. La Habana: Letras cubanas. p. 172

Table 1.

Table style: book Antigua 8

T a b l e Head	Table Column Head		
	Table column subhead	Subhead	Subhead
Copy	More table copy ^a		

REFERENCES

Follow the author-date method for citations. It means that the author's last name and the year of publication of the source should appear in the text, e.g., (Conforti, 2007), and a complete reference should appear in the reference list at the end of the paper.

Ackerman, J.S. 1968. *L'architettura di Michelangelo*. Torino: Einaudi

Benvenuto, E. 1981. *La scienza delle costruzioni ed il suo sviluppo storico*, Firenze: Sansoni Editore

Conforti, C. 1997. *Lo specchio del cielo : forme significati tecniche e funzioni della cupola dal Pantheon al Novecento*, Milano: Electa Mondadori

Di Pasquale, S. 1996. *L'Arte del Costruire tra conoscenza e scienza*. Venezia: Marsilio Editore

Schlageter, M. 2006. *Trends, issues and challenges face the firm of the future*. Accounting Today, Vol. 20, No. 11, p12A.

Zander, G. 1991. *Storia della Scienza e della Tecnica Edilizia*. Roma: Multigrafica Editrice.

Please send your submission by e-mail: publicationseda@gmail.com

INDEX

«CONFLICTOS TURÍSTICOS: CONCEPTOS, CASOS, TENDENCIAS» Roberto Goycoolea Prado, editor Olimpia Niglio, scientific director	
EDITORIAL Roberto Goycoolea Prado	5
MORE TOURISM? MASS TOURISM? MARS TOURISM? Caterina Anastasia	9
COASTAL TRANSFORMATION PROCESSES OF A TOURISM SUPPORT TOWN IN THE CARIBBEAN Aidé Beatriz Vázquez Sosa, Oscar Frausto-Martínez, Julia Elena Fraga Berdugo, Luis Manuel Mejía Ortíz	19
LAS PALMAS DE GRAN CANARIA (ESPAÑA) Y EL TURISMO DE CRUCEROS: RESEÑA DE UN CONFLICTO Ainhoa Amaro García	27
LA RENOVACIÓN DEL PAISAJE URBANO DEL <i>WATERFRONT</i> DE LISBOA COMO ESPACIO TURÍSTICO-CULTURAL: INTERVENCIONES Y CONFLICTOS Ángeles Layuno Rosas, Júlia Cristina Pereira de Faria	41
MEXCALTITÁN O EL MITO MANIDO. LA INSTITUCIONALIZACIÓN DE LA MEMORIA COLECTIVA COMO CONSTRUCTO DE IMAGINARIOS TURÍSTICOS Carlos E. Flores Rodríguez, Raymundo Ramos Delgado	57
BÚSQUEDA DEL EQUILIBRIO ENTRE PATRIMONIO COLECTIVO, OFERTA ALOJATIVA Y VISITANTES. EL BARRIO DE LAS LETRAS DE MADRID Blanca García Henche, Elena Cerdá Mansilla	67
EL ESTABLECIMIENTO DE UN PROGRAMA FUNCIONAL PARA LA GESTIÓN DEL PATRIMONIO ARQUITECTÓNICO Y SU CONFLICTO CON EL TURISMO CULTURAL EL CASO DEL PÓSITO DE LA CORREDERA, CÓRDOBA Javier Valverde Abril	81
LA FÓRMULA 1 Y LA GENERACIÓN DE POLOS DE ATRACCIÓN TURÍSTICA. CONTRASTE ENTRE LA CIUDAD DE MÉXICO Y DE VALENCIA- ESPAÑA José Antonio García Ayala, María Guadalupe Valiñas Varela	95

RESTITUZIONE DELL'INCANTO VENEZIA. HERITAGE-TURISMO: RICONCILIARE L'INCONCILIABILE Susanna Piscella	109
APOROFobia AND TOURIST PLUTOFILIA IN THE HISTORICAL CENTER OF GUANAJUATO, MEXICO José de Jesús Cordero Domínguez	119
FENÓMENOS EMERGENTES EN LAS CIUDADES MEXICANAS PATRIMONIO MUNDIAL: LA TURISTIFICACIÓN Y VIVIENDA TURÍSTICA EN MORELIA Y QUERÉTARO Carlos Alberto Hiriart Pardo, Tania Padilla Rico	129
LA INESPERADA PERCEPCIÓN DE LOS CONFLICTOS SOCIALES Y ESPACIALES DEL TURISMO DE CRUCEROS EN ENSENADA, MÉXICO. Laura Susana Zamudio Vega, Roberto Goycoolea Prado	145
ROUTE DON VASCO DE QUIROGA IN MICHOACÁN (MEXICO): HERITAGE COMMODIFICATION AND CHALLENGES FOR SUSTAINABLE CULTURAL TOURISM DEVELOPMENT Carlos Alberto Hiriart Pardo, Carlos Barrera	159
PHOTO CAPTIONS	171

Con el apoyo cultural de



Con la colaboración científica del Máster Universitario de Proyectos Avanzados de Arquitectura y Ciudad de la Universidad de Alcalá [MUPAAC] gracias al convenio firmado en Febrero de 2019 con EdA Esempi di Architettura, grupo de investigación y publicación con una reconocida y prestigiosa reputación a nivel internacional.



LA INESPERADA PERCEPCIÓN DE LOS CONFLICTOS SOCIALES Y ESPACIALES DEL TURISMO DE CRUCEROS EN ENSENADA, MÉXICO

LAURA SUSANA ZAMUDIO VEGA¹, ROBERTO GOYCOOLEA PRADO²

¹ Universidad Autónoma de Baja California. Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño. Ensenada, México.

² Universidad de Alcalá. Escuelas de Arquitectura y Turismo. Madrid, España.

arq.zamudio@gmail.com

Accepted: May 10, 2019

ABSTRACT

Ensenada, known as the commercial and tourist port of Baja California, has made important investments in recent decades to increase cruise tourism, making it today the second Mexican destination by arrivals, only after Cozumel. This is an increase in the number of boats, and tourists have become the improvement of traffic, in the construction of the tourist jetty, in the rehabilitation of heritage, etc. But, it has also brought some unwanted transformations: mobility difficulties, pollution, increase of bars, gambling and prostitution, etc. Thanks to the support from the Government of Mexico [Public call for research projects of the Secretariat of Public Education for Professional Development Teacher, 2017] we were able to study the urban, architectural and social repercussions of cruise tourism in Ensenada in order to characterize the phenomenon and mitigate social and spatial conflicts warned. The investigation had three fundamental parts: cadastre of the tourist activity linked to the cruises, registration of its social and spatial repercussions and analysis of the perception that neighbors and tourists have of the situation. On one hand, the urban and architectural impact of tourism was confirmed, as well as the existence of a series of latent conflicts; something that we expected as a Research Group. However, the surveys on the perception that visitors and neighbors have of tourism gave us a series of unexpected clues (lessons): the tourist conflicts are a type of social phenomenon of great complexity; as researchers we tend to project our conceptions in the analyzed phenomena; tourists move by unknown aspirations or not recognized by the competent authorities; the neighbors, rather than face conflicts, develop strategies to avoid them, etc. Issues that we consider opportune to share because they give specific and generalizable clues about how to deal with tourist conflicts with guarantees of success.

Keywords: Tourism conflicts, Cruise tourism, Ensenada (BC, Mexico).

INTRODUCCIÓN

Hace menos de una década, algo tan deseado y mimado como el turismo comenzó a ser públicamente cuestionado. Al principio pareció un fenómeno circunscrito a destinos europeos consolidados: Venecia, Barcelona, Malta y similares. Sin embargo, el aumento de los conflictos turísticos en otras regiones del planeta permite apuntar que era la punta de un iceberg de una situación inédita, cuyas dimensiones y características no se acaban de vislumbrar. Es probable que algunas de estas dificultades provengan de la forma en que se están estudiando los conflictos turísticos y, por tanto, del tipo de soluciones que se están planteando para mitigarlos. Resumiendo, la mayoría de los estudios buscan los impactos tangibles del turismo, considerando el aumento en el número de visitantes como causa principal a combatir. Los medios para hacerlo abarcan un amplio abanico de posibilidades: controlar el número de visitantes en Venecia, limitar el número de plazas hoteleras en Palma de Mallorca, reducir el número de amarres de cruceros en Barcelona, eliminar la publicidad turística en Ámsterdam, etc. (Goycoolea *et al*, 2018)

Algunas medidas están contribuyendo a mitigar ciertos conflictos turísticos, pero difícilmente serán soluciones sostenibles porque las disputas entre vecinos y turistas no sólo atañen a cuestiones funcionales o económicas sino a manifestaciones de un conflicto intangible; sobre todo a las distintas percepciones que unos y otros tienen del fenómeno. Así, a grados equivalentes de hacinamiento o gentrificación, las reacciones de los vecinos pueden ser muy distintas: en un destino causarán rechazo, en otro indiferencia o, incluso, aceptación. Esto es clave. Muestra que por más que los conflictos turísticos tengan una base objetiva, su aparición depende de la valoración subjetiva colectiva que de ellos se tenga.

Basamos esta hipótesis en los resultados obtenidos de un proyecto de investigación recién terminado (2017-18): "Turismo de cruceros de Ensenada, BCN. Repercusiones Urbanas, Arquitectónicas y Sociales en el Centro Turístico Portuario".¹ La financiación obtenida permitió, entre otros estudios, catastrar los conflictos de la zona turística de Ensenada y encuestar a 385 vecinos sobre la percepción que tienen del turismo de cruceros y a 385 cruceristas sobre lo que piensan de la ciudad como destino turístico.

Ensenada es un caso de estudio singular porque el impacto del turismo de cruceros es grande, si bien se limita a las horas en que estos permanecen en el puerto. Los barcos suelen llegar desde Los Ángeles y San Diego, California, por la mañana y zarpar al atardecer hacia el sur de la península de Baja California. Durante las 6 a 8 horas en que los cruceros permanecen en el puerto, algunos cruceristas visitan lugares naturales cercanos, pero la mayoría invaden la zona turística de Ensenada convirtiéndola en tierra de jauja. Horas donde se ven turistas bebiendo y comiendo sin tregua en unas aceras colonizadas por música machacona y gritos estridentes, ambulantes vendiendo los más inusitados souvenirs, promotoras ligeras de ropa prometiendo toda clase de placeres y mendigos soñando con conseguir unos pesos. En medio de la algarabía, la policía intenta evitar desmadres mayores, pero deja hacer. En resumen, la llegada de los cruceristas transforma el apacible centro de Ensenada en un lugar donde desaparece cualquier rastro de urbanidad, incluyendo a los vecinos. Sin embargo, cuando los barcos zarpan a su siguiente destino, la ciudad recobra su cotidianidad.

Ante la situación descrita, al iniciar la investigación esperábamos una visión bastante negativa del fenómeno turístico de Ensenada por parte de los vecinos y de muchos cruceristas. Sin embargo, confirmando la hipótesis propuesta, los resultados revelaron que las percepciones de un mismo fenómeno pueden llegar a ser muy distintas para los distintos actores: vecinos, turistas, autoridades y promotores turísticos, incluyendo la nuestra como académicos. Esta constatación, aparentemente obvia, nos llevó a replantearnos varios de los supuestos de partida de la investigación. Y, lo más significativo, el estudio realizado nos permite sostener que la mitigación de los conflictos turísticos no puede (no debería) limitarse a sus aspectos funcionales y/o económicos, con independencia de lo complejo que sea lidiar con las percepciones subjetivas, los imaginarios y las representaciones sociales.

El marco teórico de la investigación se basó en diversos estudios que ponen la atención en el fenómeno turístico contemporáneo: *El turista. Una nueva teoría de la clase ociosa*, del antropólogo Dean MacCannell (2003) y *El viaje imposible. El turismo y sus imágenes* del antropólogo Marc Augé (1998). De cara a cómo la arquitectura se vincula con el turismo destacar el libro colaborativo *Arquitectura y Turismo. Percepción, representación y lugar* (Lasansky y McLaren, 2006), seguido de otras aportaciones como las que hace llàtzer Moix (2010) en *Arquitectura Milagrosa. Hazañas de los arquitectos estrella en la España del Guggenheim* o *Las estrellas de la Arquitectura* del arquitecto catalán Xavier Sust (1975). A los anteriores se suman la Tesis doctoral *Arquitectura y Turismo en la percepción y configuración del espacio turístico. México como paradigma* (Zamudio, 2015) y el artículo "Turismo de cruceros y patrimonio. Una relación compleja, bien reflejada en Las Palmas de Gran Canaria, España." (Goycoolea y Amaro, 2015). Finalmente, para el estudio del puerto de Ensenada, resultaron claves el trabajo de Fernando Jordán (1976) *El otro México. Biografía de Baja California, Un siglo de arquitectura en Ensenada* de Calderón y Greffroy (2001) y el artículo "Patrimonio arquitectónico hotelero en Ensenada México. Pasado y presente" (Calderón, Zamudio, García, 2016). Sobre los impactos del turismo de cruceros mencionar los documentales *Síndrome de Venecia* (Pichler, 2012) y *Bye Bye Barcelona* (Chibás, 2014). Finalmente, como reflejo de cómo el turismo está impactando a nivel regional, se cuenta también con el documental *Baja All-Exclusive. La otra cara de los desarrollos turísticos en Sudcalifornia* (2010) de Carmina Valiente, quien muestra como la falta de planificación y regulación del turismo residencial amenaza con poner en riesgo la riqueza biológica y cultural que distingue a esta región.

Para el desarrollo del tema, el artículo se divide en tres partes: la primera, presenta una breve reseña de Ensenada como destino turístico y de los principales impactos generados por el turismo de cruceros catastrados en la investigación; la segunda, resume las percepciones o miradas que de estos conflictos tienen los promotores, los residentes y los propios turistas; finalmente se formulan algunas estrategias para mitigar los conflictos observados y latentes. La primera parte se basa en un registro *in situ* directo y continuo y en el análisis de la oferta turística y de las noticias en la prensa local. La segunda se basa en las respuestas obtenidas de las encuestas semiestructuradas aplicadas a residentes locales y turistas.

ENSENADA TURÍSTICA

El municipio de Ensenada, con una extensión de 51.952,3 km², es el más grande de México: corresponde al 74,1% de la superficie del Estado, que es de 70.113 km², y al 2.6% del territorio nacional. Con sus 486.639 habitantes censados, es de los que tiene menor densidad del país: 9,4 hab/km² frente a los 61 hab/km² de promedio general (INEGI, 2015). La cabecera del municipio ostenta el mismo nombre que el municipio. Se la conoce también como la *Perla del Pacífico* y la *Cenicenta del Pacífico*, ostenta el título de *Ciudad del Conocimiento*, otorgado por su propio ayuntamiento en mayo de 2011, y desde 2015 forma parte de la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO por su particular gastronomía. [Fig. 1]

¹ Proyecto coordinado por Laura Susana Zamudio Vega, con sede en la Universidad Autónoma de Baja California, Ensenada, BCN, México, financiado por convocatoria pública de la Secretaría de Educación Pública de México para el Desarrollo Profesional Docente.

Es importante señalar que Ensenada no cuenta con aeropuerto comercial. El más cercano es el de Tijuana, situado cerca de la frontera con Estados Unidos y a 112 km (90 minutos en coche) del centro urbano. Por ello la llegada de turistas se realiza principalmente por la *Carretera transpeninsular*, que conecta Tijuana con La Paz, y por mar, cuya terminal es solo para cruceros.



Fig. 1. Vista nocturna de Ensenada. Foto: R. Goycoolea, 2016

Ensenada se funda a fines del siglo XIX como parte de una ambiciosa política de repoblación de la península de Baja California.² Por la época y forma de fundarse, nada indicaba la vocación turística que terminaría teniendo. Como en tantas cosas de la vida, el turismo surge de un hecho imprevisto: en 1920 Estados Unidos promulga la Ley Volstead, la famosa *Ley Seca*, destinada a evitar los perniciosos efectos que, según sus puritanos promotores, causaba el consumo de alcohol en la salud, las relaciones familiares y la economía, por lo que de un día a otro fue ilegal fabricar, transportar, importar o exportar, vender y consumir bebidas alcohólicas.

Aunque la *Ley Seca* logró eliminar el consumo de bebidas alcohólicas en el espacio público, surgió una amplia red de destilerías clandestinas, de garitos encubiertos, de mafias de distribución, de corrupción, para atender a una demanda que no paraba de crecer por la prohibición (Escotado, 1994:94-95). Para México, en cambio, la *Ley Seca* fue una bendición. Las ciudades fronterizas comenzaron a recibir cada vez más norteamericanos que viajaban a consumir lo que en su país estaba prohibido. Para rentabilizar la afluencia de visitantes se empezaron a promover espectáculos musicales, eventos deportivos, salas de fiestas y otras atracciones de ocio, pero también juegos de azar, droga y prostitución. Todo ello se materializó en la construcción de equipamientos, casinos y complejos turísticos para atender a las nuevas demandas en unas ciudades pujantes. Fue una época de esplendor, que ha legado algunos de los edificios más emblemáticos de la ciudad actual, como el Hotel-Casino Playa Ensenada –actual Centro Social, Cívico y Cultura Riviera– diseñado en 1928 en *Spanish colonial style*, una interpretación libre de la herencia arquitectónica española surgida en California, que se expandió por todo México y sigue utilizándose. Lo que ha llevado a que, en no pocos casos, sobre todo en guías turísticas, se hable de esta reinterpretación estilística como de la auténtica “arquitectura mexicana”. (Calderón, García y Zamudio, 2016:1014)

En 1933 se revoca la *Ley Seca* por sus nefastos efectos colaterales. Para la región, la derogación supuso una drástica disminución de visitantes. La vocación turística de Ensenada se esfumó y las instalaciones comenzaron a perder su glamur original. Tras la II Guerra Mundial, la generalización en Estados Unidos, pero también en México, de las jubilaciones y las vacaciones pagadas permitió a Ensenada recuperar la senda turística. Orientada ahora a un turismo de sol y playa familiar y de “baja intensidad”, ubicado principalmente en urbanizaciones de segunda residencia y en hoteles de larga estancia.

Actualmente la oferta turística se concentra en tres segmentos: (a) Turismo de élite, centrado en el Valle de Guadalupe, localizado a 42 km (46 min en coche) en dirección noreste, con una oferta basada en el enoturismo y la gastronomía gourmet en pequeñas bodegas-restaurantes de diseño exclusivo. (b) Turismo familiar y de grupo, que suele visitar las playas periurbanas, la costa y, especialmente, la Bufadora localizada a 38 km (52 min en coche) en dirección sur.³ Se visitan también, aunque en menor medida, los equipamientos de ocio localizados en

² La Ley de Colonización y Compañías Deslindadoras expedida en 1883 por el presidente Manuel González sancionaba: “El Ejecutivo mandará deslindar, medir, fraccionar y valorar los terrenos baldíos o de propiedad nacional; que los terrenos deslindados, medidos, fraccionados y valuados, podrán ser adjudicados a inmigrantes extranjeros y ciudadanos mexicanos que deseen establecerse en ellos...” (Carmona, 2017).

³ La Bufadora es un bufón o chimenea natural abierta por el mar en una estructura rocosa por donde asciende el agua a gran presión, produciendo un fenómeno de gran belleza, parecido a un geiser. El de Ensenada es el segundo más grande del mundo, alcanzando casi los 30 m de altura. Pese a ser el principal atractivo de la zona, el avistamiento es breve, aunque para

la franja costera entre Tijuana y Ensenada, que en algunos casos ofrecen paseos a caballo y otras “aventuras”, así como a las Playas de Rosarito, popularmente conocidas –sobre todo entre los turistas jóvenes– por la oferta de bares y discotecas a precios accesibles. (c) Turismo urbano, focalizado en el centro de Ensenada, siendo las principales atracciones la Calle Primera, el malecón, la Plaza de la bandera y la Plazas de las tres cabezas, la Concha acústica, las Fuentes danzantes y la playa pública urbana. Resulta interesante observar que cada uno de estos tipos de turismo se concentra en zonas específicas del territorio ensenadense. La división es tan clara que cabe hablar de una división de clases del espacio turístico, tanto si las visitas se hacen en paquetes programados o de forma independiente.

En cuanto al turismo de cruceros, la mayoría de los cruceristas (72%) opta por el turismo urbano, por quedarse en la ciudad. El resto, según su interés y recursos, visita alguna bodega el Valle de Guadalupe o la Bufadora, pero por su breve estancia y la distancia entre ellos, no tiene tiempo suficiente para ir a ambos destinos (80 km entre ellos, unos 90 minutos en coche). [Fig. 2]



Fig. 2. Zonas geográficas según segmento turísticos: Valle de Guadalupe, la Bufadora, Centro urbano de Ensenada

Desde la perspectiva de los conflictos turísticos, cada uno de los segmentos turísticos presentes en Ensenada genera conflictos particulares ahí donde se asienta: (a) en el Valle de Guadalupe hay disputas por el uso del agua y las tierras con los residentes y los grupos indígenas que residen en la zona, pérdida de biodiversidad por el monocultivo de la vid y aumento no planificado de la ocupación del suelo; (b) en las zonas más populares de la costa se observan casos de degradación paisajística, aparición de mercados informales y contaminación ambiental producida por diversos vertidos, incluyendo vertederos no controlados; (c) en el centro urbano aparecen señales de distintos tipos de disputas sociales y espaciales entre vecinos y turistas.

Cabe apuntar que los conflictos detectados en las zonas extraurbanas no son consecuencia exclusiva del turismo, ya que tanto el Valle de Guadalupe como la Bufadora son áreas turísticas visitadas por los ensenadenses, aunque casi de forma exclusiva en fin de semana o cuando se reciben visitas. En cambio, los conflictos observados en la propia ciudad se deben (casi) exclusivamente a los turistas de cruceros.

TURISMO DE CRUCEROS: IMPACTOS Y CONFLICTOS

El turismo de cruceros no es espontáneo. No puede surgir ni desarrollarse a partir de pequeñas iniciativas privadas. Requiere de grandes inversiones, sustentadas en una planificación a largo plazo y en una negociación continua entre navieras, autoridades y empresarios turísticos. Los primeros cruceros arriban en Ensenada en la década de 1970. Eran barcos que llegaban esporádicamente a un puerto y una ciudad que no estaba bien preparado para recibirlos. Desde entonces se han realizado diversas inversiones públicas y privadas destinadas a favorecer la llegada de cruceros y aumentar el número de cruceristas que desembarcan. Además de la ampliación del puerto (API, s/f), cabe destacar las siguientes iniciativas de renovación urbana:

llegar al bufón se atraviesa un corredor comercial con artesanías, restaurantes, farmacias y múltiples opciones para consumir piñas coladas,

- 1997. Construcción del malecón y de la Ventana al Mar, un espacio de recreación y esparcimiento, que dan la bienvenida a los cruceristas al desembarcar.
- 2014. Modernización del malecón con un énfasis turístico.
- 2015. Instalación de una fuente interactiva en el paseo marítimo y construcción de un puente peatonal que conecta la terminal de cruceros con el malecón. (Bautista, 2016).
- En paralelo, en la zona turística se soterra el cableado eléctrico, se construyen rampas para discapacitados y banquetas con acabado de concreto estampado imitando el adoquín, se aumenta el mobiliario urbano (letreros con los nombres de las calles, farolas, semáforos, papeleras y contenedores de basura, terrazas y bancas para sentarse: muchas de ellas dispuestas por los comerciantes y no por el ayuntamiento), se promueve el desarrollo del comercio y de locales de ocio y se permite el estacionamiento exclusivo para autobuses de turistas en el horario de visita.

Estas inversiones han dado los resultados esperados. Ensenada es hoy el segundo puerto de México por arribo de barcos turísticos (sólo tras Cozumel).⁴ En 2016 se registraron 258 amarres, con un total de 650.225 turistas, lo que supera el número de residentes registrados en 2015, que era de 486.639 habitantes. (API, s/f)

Por otra parte, las inversiones realizadas en infraestructuras y renovación urbana han permeado en los usos sociales del espacio público y privado y en las dinámicas económicas que tiene implícitas. Resultado de este proceso ha sido la consolidación de una zona turística acotada, donde se concentran los beneficios del turismo de cruceros, pero también los conflictos socio-espaciales [Fig. 3].

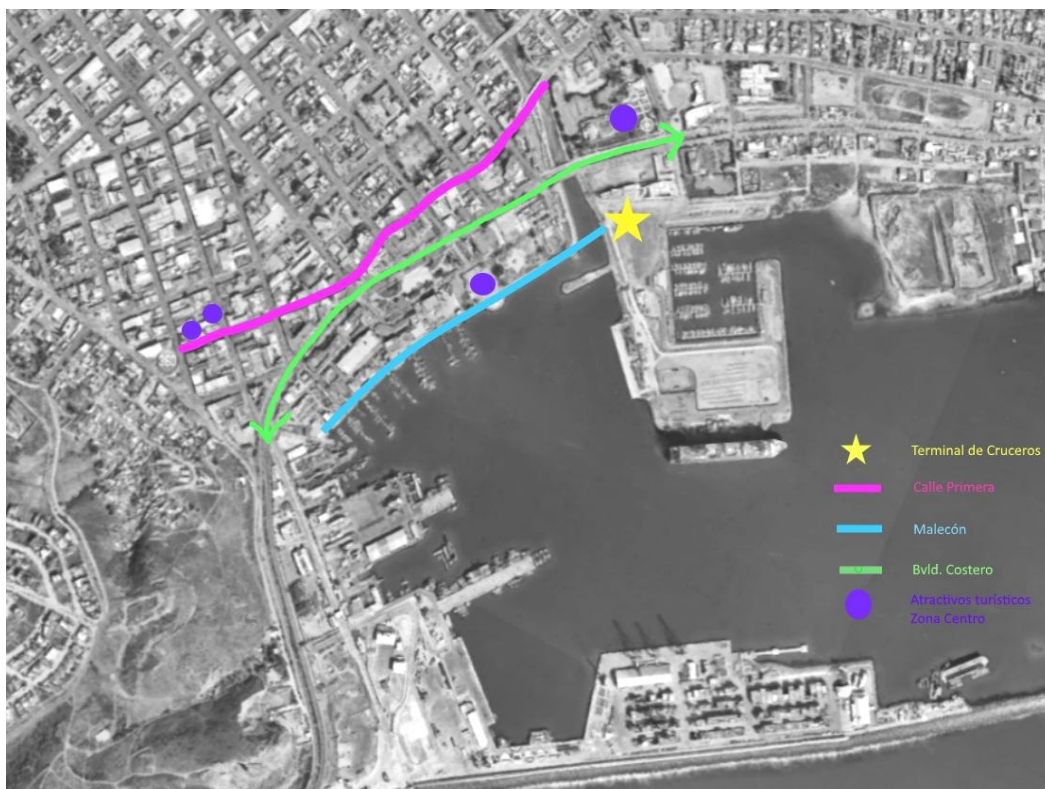


Fig. 3. Lugares visitados por los cruceristas en Ensenada. Fuente: Autores, 2018

El estudio de los distintos usos y ambientes de la zona turística –en especial de su centro, la Calle Primera, con una extensión de 8 manzana– da buena cuenta de lo que aspiran hacer los cruceristas en sus estancias en Ensenada.

- Zona 1. Comprendida entre las avenidas Ryerson y Macheros está dominada por bares. También es notoria la proliferación de farmacias, que tienen gran éxito entre los turistas, ya que en ellas se pueden adquirir medicamentos a bajo coste y sin receta. Los productos más promocionados apuntan a los turistas: Viagra, antibióticos, antidepresivos y productos para adelgazar. [Fig. 4]

⁴ El turismo de cruceros está presente en México en algunos puertos desde los años 70. Para 1985 los principales arribos se presentaban en los puertos de Cozumel, Cabo San Lucas, Puerto Vallarta y Acapulco. En nuestros días, Ensenada ocupa el segundo lugar en importancia de los cruceros que arriban a México, únicamente antecedida por Cozumel, Quintana Roo.

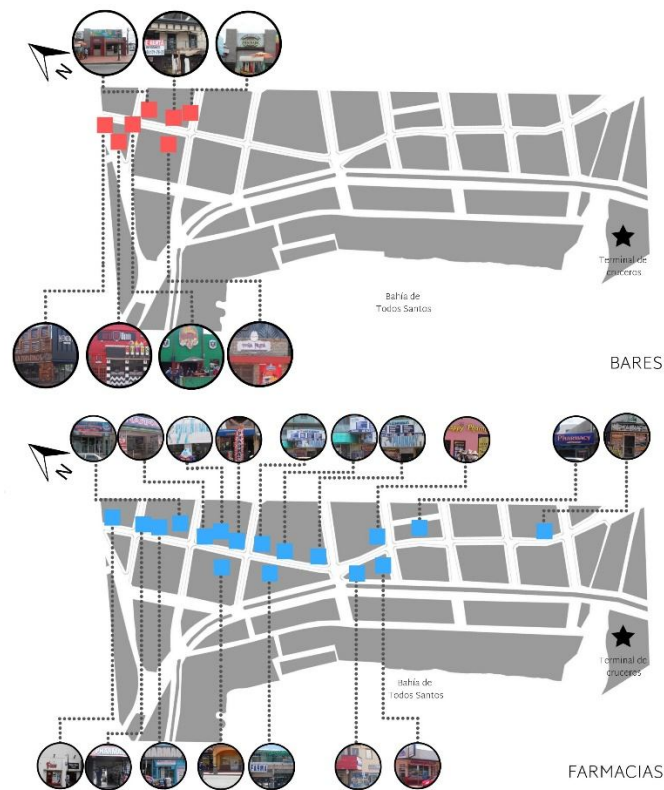


Fig.4. Bares y farmacias del sector 1 de la calle primera de Ensenada. Fuente: Autores, 2018

- Zona 2. En la parte central de la Primera (entre las avenidas Macheros y Alvarado) se concentra un mayor número de locales comerciales, principalmente tiendas de souvenirs (la mayoría producidos en otras regiones de México e incluso en China). En esta franja también se localizan algunos moteles con precios elevados, pero con instalaciones más bien precarias [Fig. 5]. Además, es en esta zona donde tienen lugar los espectáculos para adultos, especialmente para el público masculino: table dance, clubs, casinos y prostitución, por lo que también existen hoteles de paso, aunque localizados en calles aledañas.

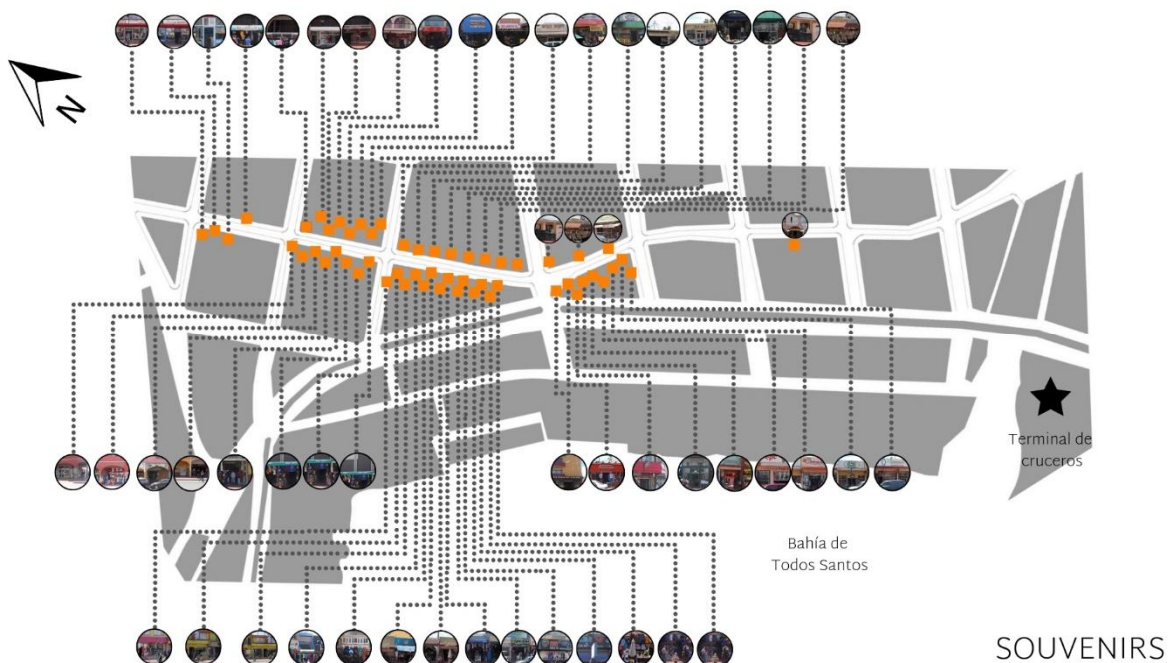


Fig. 5. Zona comercial. Souvenirs del sector 1 de la calle primera de Ensenada. Fuente: Autores, 2018

- Zona 3. El tramo que discurre entre las avenidas Alvarado y Castillo se caracteriza por sus restaurantes y boutiques exclusivas -que ofrecen productos de lujo como perfumes, joyerías, artículos de piel o piedras preciosas- y algunos hoteles 5 estrellas, por lo que esta franja se identifica como el lugar más elitista y, por lo mismo, el más cuidado. Esta es la zona más visitada por los residentes locales que deciden pagar el sobreprecio impuesto al turismo para poder disfrutar de un lugar agradable y seguro, ya que no existe otro similar en la ciudad. Los ensenadenses identifican el tramo como un lugar para “ser visto”, presumiendo del poder adquisitivo que se tiene, o como para pasear, lo que coloquialmente se denomina “primerear” [Fig. 6].

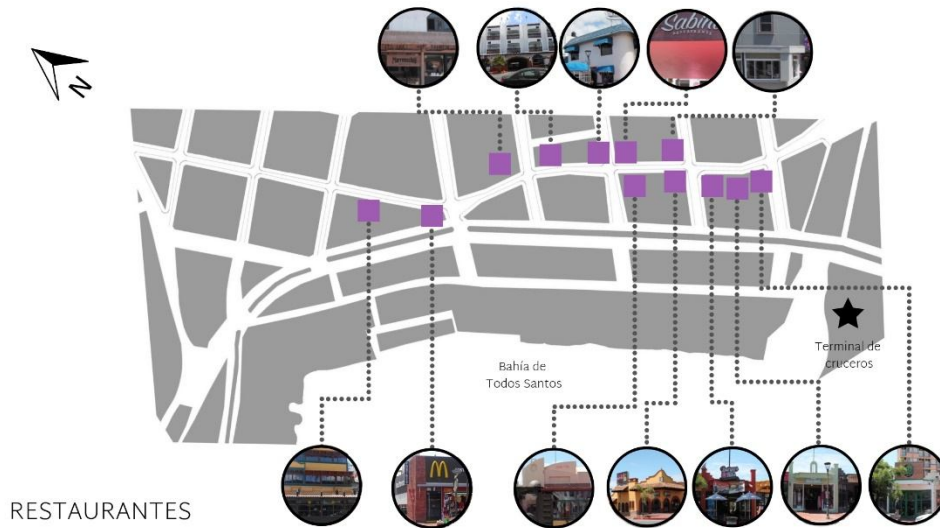


Fig. 6. Restaurantes de la Calle Primera de Ensenada. Fuente: Autores, 2018

Al registrar las actividades de la zona se constató que muchos comercios (especialmente los de la zona central de la Primera) no abren los días que “no hay barco”. Es decir, son equipamientos destinados a los cruceristas, abriendo cuando los cueros están amarrados (de 7:00 a 18:00 h). Esto produce que esta zona esté prácticamente muerta fuera del horario turístico.

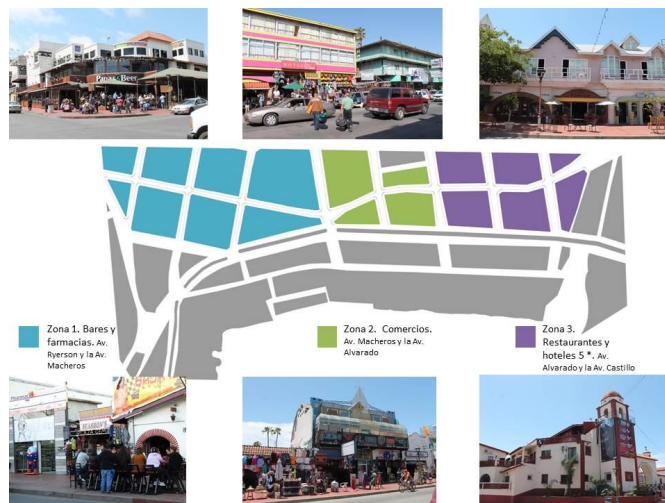


Fig. 7. Zonas distinguidas en las Calle Primera de Ensenada. Fuente: Autores, 2018

Siguiendo con la revisión social de la zona, uno de los impactos más significativos del turismo de cruceros es el comportamiento inadecuado de la mayoría de los cruceristas, que recorren las calles bajo los efectos del alcohol, consumido en exceso y en muy poco tiempo; por lo que es habitual observar turistas pasados de copas vomitando en plena avenida. Además, la oferta de los bares incluye el consumo de bebidas en terrazas exteriores, que se apropian del espacio público y suelen estar acompañadas de música estridente, por lo que circular por esta calle a plena luz del día puede confundirse con haber entrado en una discoteca de escala urbana, situación que resulta molesta sobre todo para los vecinos comerciantes.

Por último, la diferencia social no solo es visible entre los turistas recibidos y los vecinos. En esta zona se suelen concentrar un gran número de personas, familias enteras entre las que se incluyen muchos niños, dedicados a mendigar o a la venta informal de chicles o souvenirs. Más adelante veremos que esto resulta molesto para los turistas, pero también para los residentes que disfrutan de pasear por estas calles, lo que puede tacharse de aporofobia.

LA MIRADA DE LA PROMOCIÓN

Uno de los aspectos que interesaba en la investigación era conocer cómo se ofertaba Ensenada a los cruceristas, con el fin de saber si la manera de promocionar la ciudad y sus alrededores condicionaba el consumo y los comportamientos de los cruceristas. Al iniciar el estudio se constató que la promoción realizada por las autoridades y empresarios locales no distinguía a los cruceristas de los demás turistas. Ante ello, se revisó la promoción realizada en los propios cruceros, eligiendo la naviera Carnival como caso de estudio por ser la que con mayor frecuencia visita la ciudad (API, s/f). Los cruceros de Carnival zarpan principalmente de Los Ángeles y ofrecen a quienes quieran desembarcar en Ensenada 21 excursiones diferentes.⁵ [Fig. 8].

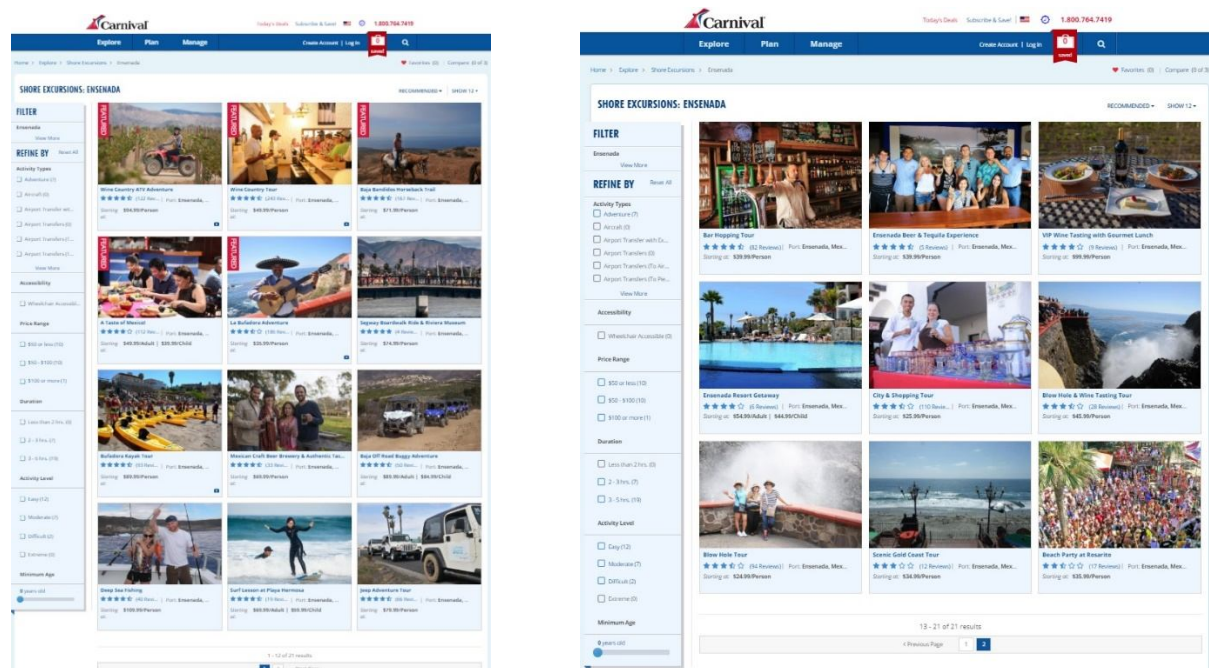


Fig. 8. Oferta de excursiones en Ensenada de la naviera Carnival. Fuente: www.carnival.com, 2018

La oferta turística de Carnival se puede dividir entre los recorridos para visitar la Zona Centro (incluyendo la Calle Primera y el malecón turístico) y las rutas por los alrededores cercanos, como el Valle de Guadalupe, la Bufadora y las playas de Rosarito y Salsipuedes. En la segunda opción se trata de rutas que permiten la contemplación y el contacto con la naturaleza, en cambio las que se realizan en la Zona Centro tienen otro cariz: oferta gastronómica, visita por bares y cantinas típicas, compras y en menor medida al turismo cultural -prueba de ello es que sólo 3 de los 21 recorridos ofertado permiten conocer el patrimonio local: uno de ellos es un recorrido urbano en autobús y los otros incluyen la visita a edificios representativos para los ensenadenses por su valor patrimonial, como el Centro Social, Cívico y Cultural Riviera, las Bodegas de la vinícola Santo Tomás y el Mercado Negro⁶.

Otra constante identificada, a excepción de los tres recorridos mencionados, es que en la mayoría de las visitas principales se complementan con la degustación de bebidas alcohólicas (cerveza artesanal, vino o tequila) y con la visita a la zona comercial de la Calle Primera. Por ejemplo, uno de los aspectos más destacados –o al menos en la que mayor lujo de detalles ofrecen los guías turísticos– en la promoción del Centro Social, Cívico y Cultural Riviera es el Bar Andaluz, donde se presume haber creado el popular coctel “Margarita”, preparado con tequila y zumo de frutas (limón, mango o tamarindo). De igual modo, en el caso de las Bodegas de Santo Tomás, la ruta se limita visitar a la sala de degustación, donde poco o nada se habla de la historia del edificio: el discurso se centra en la producción del vino y la venta de los productos que ahí pueden encontrar como es la variedad de vinos y el aceite de oliva de la zona.

⁵ Disponible en <https://www.carnival.com/shore-excursions/ensenada-mexico>. Fecha de consulta 19 de diciembre de 2018.

⁶ Mercado de Mariscos conocido popularmente con este nombre debido a que antaño era el punto de comercio de algunas especies cuya pesca estaba prohibida.

Además de los lugares mencionados, en la oferta turística urbana destacan, “por su fama internacional”, la Cantina Hussongs, que fundada en 1892 es la más antigua de la región,⁷ y el Bar Mango-Mango, por mucho uno de los lugares más visitados por los turistas, aunque su fama no es la misma para todos los visitantes, algunos comentarios sarcásticos como el siguiente la cuestionan:

“Si quieres juerga y reventón, sin espacio ni ventilación, donde todos estén sudorosos y pegados como sardinas, sin tranquilidad para conversar, con ruido a todo volumen de más de dos tipos de música diferente y cantantes soltando sus gallos en el karaoke (todo al mismo tiempo), con gente fumando adentro y afuera, y donde se acepta el ingreso de niños y menores mientras se expenden bebidas alcohólicas en todas las mesas mientras las turistas que llegan en los cruceros hacen escándalo y muestran sus pechos o se levantan la falda a la vista de todos... este es el lugar que buscas!” (Roxanata de Lima en Tripadvisor, 2014).⁸

En este sentido, las cosas no han cambiado mucho desde la época de la *Ley Seca* en la oferta turística ensenadense. Gran parte el turismo sigue centrando en el consumo de bebidas alcohólicas (tanto en la modalidad del turismo de elite, que lo consumen en las bodegas del Valle de Guadalupe, “la capital del vino mexicano”, donde se produce el 80% del país- como el turismo de masas que llega vía crucero a beber en la ciudad), la fiesta, el juego y actividades afines.

Con la salvedad de la playa municipal, los atractivos turísticos de Ensenada se concentran en el primer cuadro de la ciudad y pueden visitarse caminando. Sin embargo, la falta de señalización de las calles y la escasez de planos turísticos en marquesinas o impresos⁹, impiden que los visitantes se inclinen a descubrir por sí mismos el lugar. Por lo general quien quiere visitar la ciudad contrata una empresa, a menudo en tierra, que les de recorridos guiados en autobuses pequeños, tipo vagoneta, o en los ya habituales autobuses de turistas de dos niveles, con el segundo descapotable.

El único atractivo que se escapa de las dos calles turísticas principales es el Centro Cultural Santo Tomás, localizado a 23 minutos andando hacia el interior (este) de la mancha urbana. Se incluye en el recorrido cultural de varias compañías turísticas por tratarse de la vinícola más antigua de la región y que sigue bien posicionada en el mercado, pese a la amplia oferta actual de vinos *innovadores*.

LA MIRADA DEL RESIDENTE

Con el fin de conocer su percepción sobre el puerto como destino turístico, se entrevistó a 385 vecinos, cuya edad oscila entre los 14 a los 65 años, siendo el 53% mujeres. La encuesta se dividió en varios ítems, de los cuales se resume a continuación los relacionados con los temas que nos ocupan. Pero cabe adelantar que, para nuestra sorpresa, pese a los conflictos turísticos registrados en el centro de Ensenada, los vecinos no muestran señales de rechazo explícito hacia el turismo de masas generado por los cruceros.

Uno de los ítems preguntaba a los vecinos si consideraban que la ciudad contaba con suficientes atractivos tanto para residentes como para turistas. El 47% respondió que no, que los atractivos existentes eran insuficientes tanto para los residentes como para los turistas. Un 27% respondió que eran suficientes para ambos y un 25% que eran más los destinados a los turistas que a los residentes. Ahora bien, si se suma la opinión de los que piensan que son insuficientes para ambos y los que consideran que están más destinados a los turistas, se llega al 72%; lo que permite afirmar que los vecinos entienden que los atractivos de la ciudad son insuficientes. Esto es especialmente inquietante para el futuro del sector, pues muestra que la inversión pública y privada centrada en el turismo se sostiene sobre una oferta considera insuficiente.

Para conocer la percepción que los vecinos tienen del impacto económico del turismo de cruceros se hizo una doble aproximación. Por un lado, se preguntó por las repercusiones que tenía en la economía familiar: un 71% respondió que no tenía ninguna repercusión, un 12% consideraba que éste era indirecto y sólo un 17% se beneficiaba directamente. Por otro, se pidió que valoraran el aporte que tenía el turismo para la economía local: el 47% consideraba que era regular, un 32% elevado y solo un 7% lo percibía muy elevado. Cabe destacar que estos datos no se corresponden con el aporte económico real del turismo en Ensenada, que es mayor. Entendemos que la percepción de los vecinos se debe a que muchos residentes trabajan o están vinculados a otros sectores productivos fuertes en la región (como la industria, la educación, servidores públicos entre otros) y porque muchas de las empresas dedicadas al turismo no son regionales sino internacionales.

Otro ítem incluido en la encuesta buscaba saber si los residentes sentían un rechazo específico por las actividades turísticas debido a las marcadas preferencias por parte de las autoridades, instituciones, los comerciales en general hacia los turistas. Las respuestas no fueron tan negativas como esperábamos. Solo el 19% percibía que la diferencia era muy alta y un 34% alta. En cambio, la mayoría percibía que la diferencia era discreta (39%) o baja (7%).

En la misma línea, se consultó si identificaban diferencias urbano-arquitectónicas entre las zonas turísticas y las que no lo eran: el 43% respondió que la diferencias eran muy evidentes, un 35% no distinguió diferencias y un

⁷ Como dato curioso, en el 2009 se inauguró una réplica de ésta en Las Vegas, Nevada.

⁸ https://www.tripadvisor.com.mx/Restaurant_Review-g150770-d2279167-Reviews-Mango_mango-Ensenada_Ensenada_Municipality_Baja_California.html Consulta: 19 de diciembre de 2018.

⁹ La oficina turística más cercana a la terminal de cruceros suele estar cerrada y en muchas ocasiones no dispone de planos impresos oficiales. Son las empresas turísticas (hoteles, restaurantes, bares y tiendas de souvenirs principalmente) que procuran aparecer en alguno de los mapas turísticos que circulan entre los turistas.

23% opinó que parcialmente. Para profundidad en esta última cuestión, se pidió que especificaran la diferencia observada: 49 personas (12%) consideraban que la zona turística se encontraba en mejores condiciones y tiene mejor mantenimiento en lo que se refiere a infraestructuras, servicios, equipamiento y seguridad, lo cual reafirmaba nuestra opinión respecto a las diferencias existentes entre ambas zonas.

En cuanto al énfasis de las intervenciones por parte de las autoridades, nos llamó la atención constatar que no había una opinión clara. Una mitad (46%) consideraba que las intervenciones urbanas destinadas al turismo (ventana al mar, malecón, fuentes danzantes) están pensadas tanto para los turistas como para los locales. En cambio, la otra mitad (44%) percibía que las autoridades centraban sus acciones pensando sólo en los usos turísticos. En lo que sí había un acuerdo aplastante (83%) era en la percepción de que los precios de productos y servicios en la zona turística eran diferentes -más caros- que los del resto de la ciudad.

Una de las preguntas claves para entender los conflictos observados pedía identificar los aspectos que les resultaban molestos del turismo. Sorprendentemente, el factor más mencionado no tenía que ver directamente con los turistas: para 228 residentes (59%) lo que más les importunaba eran las personas pidiendo dinero en la calle. En la misma línea, a 185 vecinos (45%) les resultaba muy molesto el comercio ambulante. [Fig. 9] Otras 178 personas manifestaron que les resultaba molesto los elevados precios de la zona turística. Así, también, 163 manifestaron descontento por las personas bebiendo en la vía pública, 157 la falta de estacionamiento y 130 la prostitución en la zona turística. Finalmente, como esperábamos, los problemas con el tráfico vehicular fueron destacados por la mitad de los entrevistados,

Ahora bien, al consultar por las diferencias apreciadas entre los días que amarraban cruceros y los días sin barco, el punto más destacado (37%) fue que aumentaba perceptiblemente el tráfico vehicular, 142 personas (36%) señalaron que era necesario esperar mucho tiempo en los restaurantes y un porcentaje similar (35%) coincidió en que percibían más los locales cerrados los días sin crucero. Y un último punto en que coinciden los residentes (133 personas) es que cuando hay barco aumenta significativamente la cantidad de borrachos en las calles.



Fig. 9. Comercio ambulante en la vía pública frente a los atractivos turísticos. Fuente: L. Zamudio, 2018

En cuanto a la percepción de la arquitectura local, el resultado fue más complejo de lo que esperábamos. Un 34% consideraba que la calidad arquitectónica local (especialmente la del comercio) era regular, mientras que la del Valle de Guadalupe era muy buena, destacando algunos vecinos el cuidado diseño de las nuevas bodegas. Estos resultados coincidían con la valoración los atractivos turísticos del centro por parte de los vecinos.

Ahondando en temas arquitectónicos, se preguntó si consideraban que la arquitectura de la zona turística es representativa de Ensenada: un tercio (123 vecinos) respondieron que discretamente y prácticamente otro tercio la veía poco o nada representativa. En la misma, línea al consultar si la arquitectura local les resultaba representativa de México, los resultados fueron similares: un 31% consideraba que discretamente y un 28% que no era representativa.

LA MIRADA DEL TURISTA

Para conocer la opinión de los turistas, se aplicaron 385 cuestionarios, que resultó ser la muestra para un nivel de confianza del 95%, según la fórmula de poblaciones finitas, para un total de 48.000 turistas que se esperaba recibir en marzo de 2018; mes en que se aplicaron los cuestionarios por ser uno de los meses con más recepción de turistas al año. De los encuestados, el 74% eran turistas de cruceros. De ellos, el 59% viajaba en un crucero de la compañía Carnival y el 39% de la Princess. Del total, el 64% visitaba por primera vez la ciudad.

Al consultar por el motivo de su visita, el 35% respondió que venían por la oferta gastronómica, el 33% por el precio y un 26% por el entorno natural. Sin embargo, cuando se les preguntó qué los motivaba a bajar del crucero, un 45% respondió que era por la oferta cultural, un 40% por la oferta gastronómica y un 29% por la oferta comercial.

Al consultar sobre los lugares que había visitado o que les gustaría visitar, las respuestas matizaban lo expuesto en el párrafo anterior: un 72% respondió que la Primera (la calle turística y comercial más importante de la ciudad), un 67% respondió que el Malecón, un 46% la Bufadora, 30% el Centro Social, Cívico y Cultural Riviera [Fig. 10], posicionándolos como los principales destinos turísticos de los visitantes del turismo de cruceros. Así también, de forma equitativa, son atractivos populares las visitas a Playa Hermosa (27%) y el Valle de Guadalupe fuera de la ciudad, la Cantina Hussongs, la discoteca y bar Papa's and Beer y la cantina Mango-Mango (un 25% para cada lugar).

Al preguntar ¿qué mejoraría de Ensenada para hacerla más atractiva para los turistas?, se recibieron comentarios heterogéneos, pero no muy positivos. Algunos turistas indicaron que les gustaría más atractivos turísticos, una señalética exclusiva para visitantes, mejores vialidades, que hubiera menos vagabundos, más limpieza, más oferta cultural, así como mejorar las condiciones de los lugares turísticos (“establecimientos más cuidados”) y de los servicios públicos.

Sobre la arquitectura, nos llamó la atención que se reclamaban más edificaciones “mexicanas”, que “a Ensenada le hace falta más estilo mexicano” y que los edificios tuvieran “renovaciones”. Esto da cuenta de que los imaginarios de México se quedan cortos en cuanto a lo que se considera arquitectura mexicana en la ciudad, que está bastante más influenciada por los imaginarios de la arquitectura “californiana” de EEUU.



Fig. 10. Espectáculo de mariachis para turistas en el Centro Social Cívico y Cultural Riviera. Fuente: L. Zamudio, 2018

Pese a las críticas planteadas, la valoración de Ensenada como destino turístico es positiva. Un 56% opinaba que era un buen destino turístico y un 26% lo consideraba excelente. Probablemente esta positiva apreciación se deba a que los turistas compensan los problemas observados con lo que pudieron hacer en la ciudad y por el trato recibido. Así lo confirman los propios turistas. Un 79% que opina que Ensenada había cumplido con sus expectativas y un 82% manifestó que volvería a visitar la ciudad. No solo esto, al solicitarles que describieran la

ciudad en una palabra: 33 turistas respondieron “Bonita” -lo que recuerda su sobrenombre de *Cenicienta del Pacífico*-, 20 personas señalaron “tranquila”, 16 “padre”¹⁰ y 12 la describieron con “puerto”. Por el contrario, los adjetivos negativos (“sucia”, “regular-promedio”, “simple”, “fría”, “pequeña”, “desaliñada”, “confusa” o “ruidosa”) se limitaron a 21 opiniones de 385, mostrando una visión más positiva de la que esperábamos a tenor de los conflictos apuntados.

Por último, cuando consultamos sobre si les parecía atractiva o interesante la arquitectura de la ciudad, sorprendentemente un 64% opinó que sí y (sólo) un 33% opinó, como nosotros, que la arquitectura local dejaba mucho que desear. Sobre su estilo, un 50% consideró que Ensenada tenía una arquitectura representativa de México, mientras para la otra mitad no era mexicana, era “neutra” o más bien estadounidense. No esperábamos esta paridad porque, según los arquitectos, la ciudad no tiene una identidad propia. La historia e imagen del puerto refleja la importación de estilos que trajeron consigo sus fundadores, algunos estadounidenses, otros ingleses, y otros mexicanos del centro del país. Así, en cuanto a la arquitectura patrimonial, se pueden observar construcciones de madera estilo inglés que se popularizaron a inicios del siglo XX, ya que se compraban por catálogo, o las arquitecturas de la misma época cuando el movimiento nacionalista buscaba posicionarse en el norte de México. Pero en cuanto a la arquitectura de las últimas décadas, prima la oportunidad, la rapidez y la economía.

CONCLUSIONES

Tras investigación y a modo de conclusión, podemos esbozar una serie de propuestas que consideramos que se deberían adoptar para mitigar los conflictos turísticos observados y latentes:

- La actividad turística es clave para Ensenada, sobre todo en el aspecto económico. Sin embargo, se requieren políticas y acciones que garanticen su sostenibilidad, diversificando la oferta, como desarrollar alternativas familiares de ocio, ampliar la oferta cultural y controlar que la oferta turística se base mayoritariamente en el consumo de bebidas alcohólicas a bajo coste, como históricamente se ha venido dando.
- Resulta necesario, también, buscar el equilibrio entre las zonas turísticas y residenciales, disminuyendo las perceptibles diferencias entre ambas zonas. Esto es clave, porque si bien hoy no hay un rechazo manifiesto de los vecinos al turismo pudiera haberlo en poco tiempo si las diferencias se mantienen, sobre todo considerando que en la investigación se han identificado diversos conflictos latentes.
- La falta de información para el turista (a veces también para el residente) sobre la oferta cultural, ocio y gastronómica de la ciudad y sobre el funcionamiento de la ciudad (indicaciones sobre transporte y equipamientos, por ejemplo), limita la experiencia de Ensenada a las ofertas habituales y a las rutas de los promotores turísticos, dificultando una relación más empática entre turistas y vecinos.
- Finalmente, consideramos que el interés de la administración por potenciar el turismo como actividad económica, así como la contrastante oferta turística, requiere profundizar en el conocimiento del turismo y su impacto en Ensenada.

BIBLIOGRAFÍA

- API (s/f). Terminal Cruceros de Ensenada. Ensenada: Administración Portuaria Integral de Ensenada. Disponible en: <https://www.puertoensenada.com.mx/esps/0000160/terminal-de-cruceros> Consulta: 04/03/2018.
- Bautista, H. (2016). Memoria API Ensenada 2016. Ciudad de México: Secretaría de Comunicaciones y Transportes. Coordinación General de Puertos y Marina Mercante. Ensenada.
- Calderón, García y Zamudio. (2016). “Patrimonio arquitectónico hotelero en Ensenada México. Pasado y presente”. *Renovación Urbana, Globalización y Patrimonio*. 4to. Coloquio Internacional de la Red Internacional de Pensamiento Crítico sobre Globalización y Patrimonio Construido (RIGPAC). Taxco: Universidad Autónoma de Guerrero. (pp. 24-41).
- Calderón, C. y Geffroy, B. (2001). *Un siglo de arquitectura en Ensenada*. Mexicali, México: Fondo Editorial de Baja California.
- Calderón, C. y Robles, C. (2017). “Reutilización del patrimonio en adobe en Ensenada, México. Cuarteles Militares”. *Memorias del XIV Congreso Internacional de Arquitectura de Tierra. Tradición e Innovación (CIATTI)*. México. 21-23/09/2017. Ciudad de México: Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco. Escuela Nacional de Conservación, Restauración y Museografía Manuel del Castillo Negrete.

¹⁰ Expresión mexicana que valora de forma positiva las cosas.

- Carmona, D. (2018). El presidente Manuel González expide la Ley de Colonización y Compañías Deslindadoras. Ed. Perenne. Memoria política de México. Instituto Nacional de estudios políticos. Disponible en: <http://www.memoriapoliticademexico.org/Efemerides/12/15121883.html>. Consulta: 04/03/2018.
- Carnival. (2018). "City & Shopping Tour". Disponible en: <https://www.carnival.com/shore-excursions/ensenada/city-and-shopping-tour-310003> Consulta: 07/03/2018.
- Díaz, A.; Solano, I.; Speakman, M. (2018). *Crisis del turismo tradicional y gestión de los nuevos destinos sustentables*. Ciudad de México: Universidad Autónoma de Guerrero – Editorial Porrúa.
- EFE. (2017), "México ocupa el primer lugar mundial en turismo de crucero". Disponible en: www.ere.com/efe/america/mexico/mexico-ocupa-el-primer-lugar-mundia-en-turismo-de-crucero/50000545-3280847. Consulta: 24/05/2018.
- Escohotado, A. (1994). *Las drogas. De los orígenes a la prohibición*. Madrid, Ed. Alianza Cien.
- Goycoolea, R.; Amaro, A. (2015). "Turismo de cruceros y patrimonio. Una relación compleja, bien reflejada en Las Palmas de Gran Canaria, España". Vol. 12. No. 16. Revista Márgenes: Universidad de Valparaíso. pp. 7-26.
- Goycoolea et ali (2018); *Conflictos turísticos: Casos y tendencias*. 20/06/2018, Escuela de Arquitectura, Universidad de Alcalá. Disponible en: https://issuu.com/g.t.cotur/docs/180619_librogtotur_digital
- Holland America Line. (s.f.). "Ensenada City & Shopping". Disponible en: <http://es.hollandamerica.com/enes/cruisedestinations/ExcursionDetails.action?excursionCode=1010028556> Consulta: 28/03/2017.
- INEGI. (s.f.). Número de habitantes. México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Disponible en: <http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/bc/poblacion/> Consulta: 28/02/2017.
- LJBC (2018). "Fortalece Ensenada su vocación turística". La Jornada Baja California, 29 de febrero.
- Madrigal, N. (2017). "Violencia en Ensenada afecta al sector turismo" <http://www.elvigia.net/general/2017/4/4/violencia-ensenada-afecta-sector-turismo-268194.html> Consulta: 18/08/2018.
- Meillon G. A. e Ibarra L, M. (2005). Del Hotel Playa Ensenada al Centro Cultural Riviera. 75 años de historia gráfica. Ensenada: Talleres Gráficos del Estado de Baja California. Gobiernos del Estado de Baja California. Archivo Histórico del Estado. Museo de Historia de Ensenada.
- Reglamento del Consejo Ensenadense para la Ciudad del Conocimiento del Municipio de Ensenada, B.C. (2011). Disponible en: <http://transparencia.ensenada.gob.mx/doc/file6103s6d87.pdf> Consulta: 26/12/2018.
- Relph, E. (1976). *Place and Placelessness*. London: Pion.
- REPORTUR, (2018), "25 cruceros llegan a Ensenada, Baja California en mayo". Disponible en: <http://www.reportur.com/mexico/2018//05/01/25-cruceros-llegan-ensenada-baja-california-mayo/> Consulta: 25/05/2018.
- Riviera de Ensenada. (2017). Centro Social, Cívico y Cultural Riviera. Disponible en: <http://rivieradeensenada.com.mx/> Consulta: 28/01/2017.
- SECTUR. (2014). Agendas de Competitividad de los destinos turísticos de México 2013-2018. Ensenada, Baja California. Disponible en: http://www.cmic.org.mx/comisiones/sectoriales/turismo/2015/DOC_VIG_2015/PDF-Ensenada.pdf Consulta: 25/05/2018.
- SISPE. (2015), "Impulsan el turismo de cruceros en puertos del país". Disponible en: <https://sipse.com/novedades/destaca-cozumel-como-punto-con-mayor-turismo-de-crucero-en-mexico-130641.html> Consulta: 25/05/2018.
- UNIRADIO. (2017). "Ensenada es punta de lanza en turismo de cruceros". Disponible en: <http://www.uniradioinforma.com/noticias/ensenada/465923/ensenada-es-punta-de-lanza-en-turismo-de-cruceros.html> Consulta: 25/05/2018.