



ANALES DE ANTROPOLOGÍA



Anales de Antropología 57-2 (julio-diciembre 2023): 29-39

www.revistas.unam.mx/index.php/antropologia

Artículo

La representación del Old Mexico en la promoción turística estadounidense en la frontera del Distrito Norte de la Baja California, 1890-1920*

The Old Mexico's Representation in the U.S. Tourism Promotion on the Border of the Northern District of Baja California, 1890-1920

Alberto Díaz Ramírez**

Universidad Autónoma de Baja California, Instituto de Investigaciones Históricas,
Calzada Universidad 14418. Parque Industrial Internacional Tijuana, Tijuana, Baja California, C.P. 22424, México.

Recibido el 19 de enero de 2023; aceptado el 14 de abril de 2023.

Resumen

El objetivo de este trabajo es explicar el proceso que originó la aparición de la representación del Old Mexico en la promoción turística estadounidense, la cual estuvo vinculada con el arribo de turistas que se desplazaron al sur de California, influenciados por la publicidad impresa producida por las compañías ferroviarias Southern Pacific, Santa Fe y el Hotel del Coronado. Para lograr este fin se promocionó la romanticización del pasado hispano-mexicano, a partir de la novela Ramona, publicada por Helen Hunt Jackson, la cual rememoró la nostalgia de la California mexicana, antes de la llegada de los anglo-americanos. Para ello, se realizó un análisis histórico de las fuentes como folletos, panfletos, guías turísticas, postales y periódicos con la intención de observar las representaciones romanticizadas de lo mexicano en los productos impresos en el sur de San Diego. Para ello se historió la creación de todo un imaginario exótico y pintoresco que gradualmente se trasladó al Distrito Norte de la Baja California y se asoció que cruzar la frontera era experimentar el verdadero *Old Mexico*. Posteriormente, en la segunda década del siglo xx, dicha representación se transformó y aludió a imágenes y estereotipos negativos de la frontera mexicana. De esta manera, se busca aportar a la comprensión del proceso histórico que tuvo la actividad turística en la región fronteriza del sur de California y en el Distrito Norte, a finales del siglo xix y en los dos primeros decenios del siglo xx.

Palabras clave: turistas; romanticización; sur de California; Tijuana; poblados fronterizos.

Keywords: tourists; romanticization; Southern California; Tijuana; border towns.

Abstract

The aim of this paper is to explain the process that originated the appearance of the Old Mexico's representation in the American tourist promotion, which was linked to the arrival of tourists who moved to Southern California, boosted by the Southern Pacific Railroad, the Santa Fe Railroad, and the Hotel del Coronado printed publicity. To achieve this purpose, the romanticization of the Hispanic-Mexican past was promoted based on the novel Ramona, published by Helen Hunt Jackson, which recalled the nostalgia of Mexican California before the arrival of the Anglo-Americans. Thus a historical analysis of sources such as brochures, pamphlets, tourist guides, postcards and newspapers was carried out with the intention to observe the romanticized Mexican representations in printed products in Southern San Diego. The result was to historicize how the exotic and picturesque imaginary was created than gradually moved to the Northern District of Baja California, associated that crossing the border was to experience the real Old Mexico. Afterwards, in the 1910s, this representation was transformed and referred to negative images and stereotypes of the Mexican border. Therefore, I seek to contribute to the understanding of the historical process of tourist activity in the border region of Southern California, and in the Northern District at the end of the 19th century, and in the first two decades of the 20th century.

* El presente artículo es una adaptación sintetizada de la tesis del autor: *La representación del Old Mexico en el turista estadounidense: Sur de California y su relación con el Distrito Norte de la Baja California, 1888-1920*, presentada en la Maestría en Historia, en el Instituto de Investigaciones Históricas de la Universidad Autónoma de Baja California, 2018.

** Correo electrónico: hablichdira@hotmail.com

Introducción

El estudio de la historia de la frontera entre California y Baja California, a finales del siglo XIX y principios del siglo XX, es uno de los temas que sigue despertando interés en los historiadores de ambos países. Las investigaciones referentes a la relación fronteriza han sido abordadas desde diferentes ópticas como la historia política, social, económica y cultural. Los trabajos que trataron el turismo en el Distrito Norte de la Baja California se concentraron en la década de los veinte y focalizaron sus estudios en torno a las actividades de entretenimiento que se ofertaron de este lado de la frontera y que atrajeron a los visitantes extranjeros.

Respecto a la historiografía que existe sobre los inicios del turismo en el Distrito Norte, en México, destacan los trabajos de David Piñera, Conrado Acevedo, Jesús Ortiz (Piñera 1983), José Gabriel Rivera (2012) y Antonio Padiña (2006), dichos estudios exploraron el surgimiento de Tijuana y las atracciones turísticas que se ofrecían a los excursionistas estadounidenses, sobre todo en el siglo XX. En ese mismo sentido, se halla el trabajo de Ileana Gil Durán (1989), quien examinó la conexión turística entre el puerto de San Diego y los condados de Coronado, National City y Otay, así como Tijuana, a finales del siglo XIX. Del mismo modo, el estudio de Pablo Guadiana (2014) analizó cómo las tarjetas postales ayudaron a promocionar una imagen que mezcló lo español, el viejo oeste estadounidense y lo mexicano en Tijuana entre 1901 y 1935.

Estos trabajos me permitieron ubicar la importancia que tenía para el turista estadounidense visitar el poblado fronterizo; sin embargo, no quedaba claro qué los motivaba a desplazarse. Esto me llevó a preguntarme ¿cómo fue el proceso de la actividad turística, a finales del siglo XIX, en el sur de California y en el Distrito Norte? y ¿por qué llegaban los turistas a la frontera mexicana? Una de las respuestas plausibles era la cercanía con San Diego y el interés por parte de algunos viajeros estadounidenses por conocer un país diferente y visitar el *Old Mexico*. El hecho de que dichas interrogantes no quedaran clarificadas me generó más preguntas, ya que no existían los elementos suficientes para explicar qué era el *Old Mexico*.

Este trabajo busca responder a las interrogantes: ¿cómo fue el proceso que originó la aparición de la representación del *Old Mexico*?; ¿cómo influyó la promoción turística estadounidense en la difusión del *Old Mexico* en la frontera del Distrito Norte y por qué el imaginario del *Old Mexico* se resignificó y refirió a estereotipos negativos sobre la frontera y lo mexicano? Además, me propongo explicar el papel que tuvo la novela *Ramona* de Helen Hunt Jackson, como factor en la romantización del pasado hispano-mexicano en el sur de San Diego y en el poblado de Tijuana.

En lo concerniente al abordaje, este estudio se inscribe dentro de la corriente de la historia cultural; retomo el concepto de representación del planteamiento teórico de Roger Chartier, quien definió que la representación “es un instrumento que permite ver un objeto ausente sustituyéndolo por una imagen capaz de incorporarlo a la

memoria, las imágenes producidas aunque sean materiales sólo remplazan al cuerpo ausente por un objeto parecido” (Chartier 1989: 59). Dicho lo anterior, la representación construye una imagen, ya sea de un lugar, cosa o persona ausente y aquello que se representa es un sustituto de algo que no está ahí y tiene la característica de ser performativo en el individuo o en un grupo.

De esta manera, por *Old Mexico* debe entenderse la representación que rememoró el pasado hispano-mexicano y que consintió en el imaginario que evocó el regreso a la forma de vida bucólica de las rancherías, las casas de adobe, los paisajes rurales, los indígenas californios, las misiones, las fiestas mexicanas, las corridas de toros, las peleas de gallos, los vaqueros, las actividades de rodeo, bailes indígenas y las artesanías.

Entre 1881 y 1890, el sur de California recibió la llegada de turistas anglo-americanos provenientes del este de Estados Unidos con la intención de disfrutar del clima de la costa del Pacífico y deleitarse de los paisajes naturales promocionados como destinos turísticos por las empresas ferroviarias (Camp 2013). Las compañías *Southern Pacific* y la *Santa Fe* instrumentaron medidas propagandísticas, a través de escritos impresos para atraer turistas con el objetivo de que invirtieran y compraran tierras en las zonas colindantes con la frontera mexicana, al sur de San Diego. Para ello, redujeron las tarifas de los trayectos en tren para que más personas se embarcaran a esta región.

La nostalgia por el oeste de los tramperos, vaqueros, agricultores y la vida de la frontera, sirvió como antídoto ante los cambios que experimentó la sociedad estadounidense. El dominio anglo-sajón y la americanización de California encontraron oposición en aquellos que añoraron la California vieja de las rancherías, la forma de vida indígena y la presencia mexicana, antes de la llegada de los inmigrantes anglo-americanos (Culver 2012).

En este contexto apareció la novela *Ramona* de Helen Hunt Jackson, en donde la romantización del pasado hispano-mexicano dio origen a la representación del *Old Mexico*, la cual significó el regreso a los viejos tiempos de la California mexicana. Posteriormente, las empresas ferroviarias *Southern Pacific* y *Santa Fe* se abocaron a publicitar esta representación en el sur de San Diego y la frontera mexicana del Distrito Norte de la Baja California.

La promoción de California como destino turístico

A finales del siglo XIX, California fue promocionado como un territorio que contaba con un clima benévolos, amplias tierras fértiles y esplendidos escenarios naturales. El tendido de la línea transcontinental efectuado por la *Central Pacific* y la *Union Pacific* motivó a la publicación de guías de viajes, donde se exhortó a los turistas a embarcarse en el ferrocarril y experimentar las maravillas del oeste (Crofutt 1869).

Viajar por tren modificó la experiencia de los turistas y cambió la percepción del espacio. El oeste americano fue representado como una amplia zona propicia para

invertir y conquistar (Hausladen 2003). Las compañías ferroviarias publicitaron dicha imagen para atraer a los viajeros y pobladores anglo-americanos con la finalidad de que adquirieran tierras en las zonas consideradas como periféricas (Hyde 1993).

Los fuertes inviernos de 1886-1887 en el este de Estados Unidos movilizaron grandes contingentes de turistas que buscaron las bondades del clima que poseía California. Ello propició la construcción de hoteles-resorts como el Hotel Raymond en Pasadena en 1886, el Hotel Arcadia en Santa Mónica en 1887 y el Hotel del Coronado en San Diego en 1888 (Gendzel 2008). Dentro de esta oleada de viajeros hacia el sur de California se encontraban los *health seekers*, quienes se encargaron de reinventar la costa del Pacífico y lo convirtieron en un destino turístico de la salud (Baur 1959).

La mayoría de los *health seekers* que viajaban eran ciudadanos ordinarios, no obstante, hubo algunos personajes famosos como Helen Hunt Jackson, quien era poeta, periodista, escritora de viajes y autora de la novela *Ramona* (Abrams 2010). Tras su publicación en 1884, esta novela se convirtió rápidamente en una referencia en Estados Unidos, ya que relataba la vida de una joven mestiza llamada Ramona que residía en un rancho, en condición de hija adoptiva. La propietaria del rancho era la señora Moreno, quien luchaba por conservar sus títulos de propiedad ante el nuevo gobierno estadounidense en California.

Ramona era hija de una indígena de California y su padre era de origen escocés. Su condición racial la marginó a sufrir maltratos por su herencia mestiza, la cual calificaban de mexicana, mientras que la familia Moreno, de ascendencia española, buscaba encajar en la sociedad estadounidense. Los anglo-americanos de California enarbolaron la etnicidad europea blanca como factor racial de distinción social. La obra de Jackson retrató los problemas raciales imperantes en California y mostraba los estereotipos asociados a los indígenas, que por extensión incluía a los mexicanos por su herencia mestiza (Kropp 2006a).

La historia de la novela se volvió relevante porque narraba el drama del matrimonio de Ramona con un joven indígena llamado Alessandro y su posterior escape de la ranchería para vivir en el campo, siguiendo el modo de vida tradicional indígena. Pronto la novela se convirtió en un éxito y ayudó a crear una conciencia pública sobre la difícil situación de los indígenas en California (DeLyser 2005).

La contribución de Helen Hunt en la percepción sobre California fue muy notoria, las descripciones de los aparentes lugares donde estuvo Ramona y la narración de los paisajes californianos cautivaron a los lectores, quienes visitaron esta región inspirados por el romanticismo indígena que coincidió de forma paralela con el arribo de las líneas ferroviarias al sur de California (DeLyser 2003). Las descripciones que se hacían en la novela *Ramona*, si bien eran ficticias, crearon todo un imaginario en el tu-

rista estadounidense. Los detalles de la casa de adobe, el tejado de azulejos, el lugar donde se realizó el matrimonio de la joven pareja y el rancho en el que vivía la protagonista, eran los lugares que deseaban ver los visitantes.

La representación de estos lugares era libre y sujeta a distintas interpretaciones, cada viajero o turista que llegaba a California, pensaba que era capaz de identificar los lugares y los personajes narrados en la novela. A tal punto, que se editó una serie de libros que servían de guías a los cientos de turistas interesados en los paisajes relacionados con la novela *Ramona* en el sur de California (Vroman y Barnes 1899).

Asimismo, otro factor que movilizó el arribo de turistas fue la aparición del movimiento especulativo de bienes raíces o *boom de los ochenta*. Los focos de atención fueron las ciudades de Los Ángeles, Santa Barbará y San Diego. En San Diego se realizó una ardua campaña publicitaria que se tradujo en la creación de un proyecto fraccionario de tierras, la cual cautivó a más visitantes de la costa este. Ante tal escenario, pronto aparecieron en las cercanías de San Diego, nuevas poblaciones como Coronado, La Jolla, Pacific Beach, Escondido, La Mesa y Ocean Beach (Padilla Corona 2006).

Posterior al fraccionamiento de terrenos en la península de Coronado realizado por la *Coronado Beach Company*, propiedad de E. S. Babcock y H. L. Story. Se construyó el Hotel del Coronado en 1888, que se caracterizó por ser un hotel-resort para la aristocracia estadounidense (McNally 1886). De igual manera, el Hotel Florence se distinguió por ser otro de los complejos preferidos por los turistas; dentro de los servicios que ofrecía a los huéspedes se encontraban los recorridos por Old Town y la ruta conocida como la California Vieja que iniciaba desde La Jolla hasta el poblado de Tijuana (Packard 1986).

En las proximidades a la bahía de San Diego surgió el poblado National City, mismo que experimentó una transformación sorprendente con el fraccionamiento de tierras llevado a cabo por la firma *San Diego Land & Town Company*. El propósito de la compañía era poblar el sur de San Diego y, para lograrlo, construyó un ramal del ferrocarril (Braman 1894). A los turistas que recorrían la zona se les invitaban a invertir y ser parte del desarrollo del sur de San Diego. Utilizaron las características naturales que poseía National City como señuelo para atraer turistas y *health seekers*. Los panfletos turísticos destacaron la cercanía con el océano, el buen clima de la región y la fertilidad del suelo para cultivar frutas semi-tropicales y practicar la horticultura (San Diego Land y Town Company 1891).

El Rancho Otay y los terrenos de Chula Vista también fueron comprados por la compañía fraccionaria de los hermanos Kimball. El ferrocarril *National City & Otay Railway* entrelazó esta vasta región que colindaba con la frontera mexicana (Middlebrook y Best 1947). En 1888 se concluyó la construcción de la presa Sweetwater Dam, que para la época era una de las obras de

ingeniería más espectaculares del sur de California, considerada como la presa más alta de Estados Unidos (figura 1) (*Los Angeles Herald* 1888: 18).

El atractivo que generaba ver la masa de agua en la presa Sweetwater Dam fue aprovechado por las compañías turísticas para promocionar viajes guiados a este lugar, algunos recorridos partían del centro de San Diego y de Coronado. Por su parte, la *San Diego Land & Town Company* y la empresa ferroviaria *Southern Pacific* planearon paseos turísticos que incluían los acantilados y las playas de La Jolla, la Misión de San Diego, el lugar de matrimonio de Ramona, la aduana de Tijuana, las vistas panorámicas de los campos agrícolas de Otay y la presa Sweetwater Dam. A este recorrido se le conoció como *Old Mexico and Sweetwater Dam* (National City & Otay Railway 1888).

El *Old Mexico* en el sur de San Diego y la frontera mexicana

Tijuana era un punto intermedio entre San Diego y Ensenada, ya que Ensenada fungía como capital desde 1882 y, apenas en 1888, el Partido Norte había cambiado de categoría política a Distrito Norte de la Baja California (Piñera Ramírez 2014). La cercanía fronteriza del poblado de Tijuana lo convirtió en un sitio de interés

para los estadounidenses de los condados de National City y Coronado.

Las excursiones promocionadas en San Diego invitaban a los turistas a conocer la aduana de Tijuana y el Monumento, el cual estaba situado en la línea divisoria. Tras la inauguración del Hotel del Coronado en 1888 y con la llegada del ferrocarril *National City & Otay Railway* a la frontera mexicana, el arribo de viajeros comenzó a despuntar rápidamente. A tal punto que dentro de las actividades que ofertó el Hotel del Coronado estaban los paseos en diligencias para visitar *Old Mexico* y el poblado fronterizo de Tijuana (McNally 1889).

La romantización del pasado hispano-mexicano en el sur de California propició en los turistas estadounidenses un deseo por ver y ser testigos de aquello que era diferente a la forma de vida de los anglo-sajones. El sur de San Diego guardó las reminiscencias de ese tiempo pretérito, las rancherías, las construcciones de adobe, los grupos nativos, las grandes extensiones de tierras y las vistas panorámicas que eran reductos de los viejos tiempos –*the old times*– (Kropp 2006a).

Los panfletos turísticos como la prensa del sur de San Diego magnificaron la representación de que cruzar la frontera y visitar la aduana en Tijuana y el Monumento era adentrarse en lo exótico del *Old Mexico*. La sensación de encontrarse en un espacio periférico que separaba a dos culturas racialmente diferentes, avivó en el turista esta-



Figura 1. Itinerario turístico Old Mexico-Sweetwater Dam. Fuente: Elaboración propia.



Figura 2. Vías del ferrocarril y hoteles-resort en el Sur de California 1888-1920. Fuente: Elaboración propia.

dounidense, la aparición de un conjunto de ideas ya existentes para definir y representar al otro (St. John 2009).

Asimismo, en las cercanías a la frontera entre los poblados de Tía Juana y Tijuana había un anfiteatro de madera, donde se realizaban corridas de toros. El propietario de este espectáculo era el francés H. Gouchon (Gonjon), quien además promocionó carreras entre indígenas mexicanos y corredores anglo-sajones. Las corridas de toros estaban prohibidas en Estados Unidos, pero se realizaban en esta zona fronteriza por considerarse que en la periferia se podía actuar con impunidad y más si era del lado mexicano.¹

En 1894, Elisha S. Babcock organizó un espectáculo turístico en el Hotel del Coronado, llamado *Spanish Fiesta*. El objetivo del evento era reproducir lo más fiel posible cómo se divertían los habitantes de la Alta California antes de la llegada de los estadounidenses (Blunt 1894). La representación sobre el pasado californiano, con la atribución de ser una época romántica, cautivó a los turistas anglo-americanos, y para escenificar este tiempo pretérito idealizado, Babcock buscó la ayuda de Charles Lummis, promotor del pasado hispano-mexicano en Los Ángeles, California (Sacks 1996).

¹ Al no existir un límite material entre ambas localidades y al estar separadas de manera imaginaria, el jefe político Luis Emeterio Torres solicitó permiso al gobierno federal para cavar una zanja de cuatro metros que sirviera de línea divisoria entre las dos poblaciones, ya que la plaza de toros estaba ubicada la mayor parte de lado mexicano y esto ocasionaba disturbios en ambos lados. (Solicitud del jefe político del Distrito Norte para trazar una línea divisoria entre México y Estados Unidos, 16 de agosto de 1888).

La *Spanish Fiesta* se llevó a cabo del 21 al 24 de abril de 1894 y el programa incluyó jineteo de caballos, re-aliado por vaqueros, lacería de ganado salvaje, carrera de burros, bailes indígenas y corrida de toros (*San Diego Union*, 18 de febrero de 1894; *San Francisco Call*, 22 de abril de 1894). Charles Lummis supervisó los espectáculos y montó un escenario en el que se recreó la vida cotidiana de los grupos indígenas y cómo se vivía en las rancherías existentes en el sur de California y en Baja California (Sacks 1996), esta representación albergó una idea sobre el otro que lo reducía a la categoría de objeto ornamental exótico.



Figura 3. Tijuana, ca. 1900. Fototeca del Archivo Histórico de Tijuana. Colección Joel García.



Figura 4. Tijuana, ca. 1900. Fototeca del Archivo Histórico de Tijuana. Colección André Williams

A pesar de que la *Spanish Fiesta* tuvo afluencia de turistas, la antipatía a este tipo de actividades recreativas desmotivó a Babcock y decidió no continuar con esos espectáculos. Esto abrió la posibilidad para que los comerciantes mexicanos que estaban del otro lado de la frontera se interesaran en realizarlos. El 3 julio de 1894, un grupo de vecinos de Tijuana solicitaron un permiso para organizar corridas de toros al jefe político Rafael García Martínez como medida ante los efectos de la crisis de 1893, que había afectado a los negocios existentes en el poblado, sin embargo, la solicitud fue denegada (Solicitud de vecinos de Tijuana al jefe político del Distrito Norte para que les conceda el permiso de realizar corridas de toros, 9 de julio de 1894).

El *Old Mexico* en el poblado fronterizo de Tijuana

En los albores del siglo xx, el arribo de turistas al sur de San Diego continuó y los paseos a Tijuana fueron cada vez más frecuentes, las ganancias comerciales que dejaban los excursionistas enfrentaron a los comerciantes aposentados en la frontera mexicana. Los productos que solían adquirir los viajeros, en los pocos comercios existentes, eran cigarros, sombreros, sarapes y algunas artesanías. La estancia de los visitantes era de una hora o más y tenían permitido introducir a Estados Unidos productos que no superaran el valor de \$100 dólares, la cantidad permitida que podían declarar era equivalente a 50 cigarros o 300 cigarrillos.²

² Hasta 1904 no existía una distinción entre turista, visitante o excursionista en la aduana de Estados Unidos. Sin embargo, a consecuencia del constante flujo de visitantes que se dirigían a Tijuana, en 1907, el Departamento del Tesoro de Estados Unidos giró una instrucción a la división de aduanas para informar que quienes cruzaran la frontera unas horas eran considerados excursionistas *sense bona fide* y no tenían el privilegio de introducir cigarros ni curios, los considerados turistas *bona fide* eran quienes duraban varios días en territorio mexicano y visitaban varios lugares. Esta distinción aplicó únicamente en el control administrativo de las aduanas de Estados Unidos para el cobro de impuestos (Definición de turistas o pasajeros en relación al derecho de importar \$100 dólares en artículos sin pagar impuestos, 15 de septiembre de 1904; Carta de J. B. Reynolds, 10 de abril de 1907).

En 1902, los panfletos de propaganda turística propiedad de *San Diego Southern Railway Company* dedicaron en su portada diseños que hacían alusión al *Old Mexico* y presentaban un sarape con los colores mexicanos y el símbolo del águila nacional. Pronto la representación del *Old Mexico*, que aludió a los viejos tiempos del sur de California y San Diego, cambió y en su lugar se promocionó México y en específico al poblado de Tijuana. Incluso en los folletos se anunció: “you should never leave San Diego without visiting Old Mexico” (San Diego Southern Railway Company 1902: 4).

Poco a poco la representación del *Old Mexico* se fue desasociando del pasado romántico del sur de California y comenzó a caracterizar únicamente a México. Los anglo-estadounidenses de San Diego buscaron separar el pasado hispánico del pasado mexicano. Los paseos turísticos que se promocionaban en los folletos mostraron la imagen del *Old Mexico* en Tijuana, como un espacio exclusivo para el esparcimiento, recreación y exotismo por ser un país diferente.

El Distrito Norte de la Baja California era visto por los estadounidenses como una región pre-moderna, atrasada y desolada, este imaginario construido sobre la península resaltó que era un territorio desocupado e inhóspito y correspondió, por un lado, a intereses anexionistas y por el otro, sirvió como una forma de diferenciación, cuya intención intentó exaltar el discurso de que la población anglo-americana encarnaba el avance y el progreso de la civilización y la prueba de ello, lo ejemplificaba California.

En lo que respecta a la población registrada en el censo en 1910 en California, se contabilizó un total de 2 377 549 habitantes y en el condado de San Diego, el número era de 61 665 personas (Forstall 1996). Mientras que, en el Distrito Norte de la Baja California, la población era de 9 760 habitantes y la cantidad de personas que vivía en Tijuana era de 733 residentes (Cruz González 2007). La baja densidad demográfica en el Distrito Norte reforzó el imaginario estadounidense de que la frontera mexicana era un espacio inmóvil. Incluso en los panfletos turísticos del Hotel U.S. Grant se mencionó la siguiente leyenda: “*Tijuana Mexico, this visit to Old Mexico is intensely interesting to all, where the conditions of life and the surroundings are much the same as a hundred years ago*” (U.S. Grant Hotel 1915: 5).

En 1910 el pueblo de Tijuana era parte de los destinos turísticos que se debían visitar y que a todo viajero que llegaba al sur de California se le invitaba conocer. La propaganda por adentrarse al exótico y pintoresco *Old Mexico* tenía varios años de promoción en las guías de turistas, en los panfletos y en las actividades del Hotel del Coronado. Los viajeros que se internaban a la frontera encontraron una amplia diversidad de actividades de entretenimiento, que años atrás también existían en el sur de California y que ahora se encontraban de lado mexicano (*San Diego Union*, 1 de enero de 1910).

Los inversionistas turísticos de San Diego y los comerciantes mexicanos ayudaron a construir el imaginario

del *Old Mexico* en el Distrito Norte. Dichos promotores ofrecieron una imagen pintoresca de la frontera, la cual devino en una representación en los turistas anglo-americanos y que se extrapoló a nivel local y nacional en Estados Unidos. Los excursionistas que se aventuraron a cruzar la línea internacional consumieron productos artesanales que reforzaron tanto la percepción de lo exótico como las características románticas de la cultura mexicana y acentuaron la experiencia de estar en una tierra extranjera (St. John 2009).

La adquisición de *souvenirs* significó para el turista la evidencia y satisfacción de haber estado en un lugar diferente. El paisaje rural de Tijuana, compuesto por calles de terracería y edificios de madera, se parecía mucho a cualquier poblado del oeste de Estados Unidos en 1900. Los viajeros que llegaron a estos parajes tenían una expectativa creada de la frontera y de México, la cual moldeó su percepción y se alimentó de la imagen que los comerciantes mexicanos vendían.

Las tiendas de curiosidades, los sombreros, los sarapes, las postales y los espectáculos de entretenimiento taurino fueron elementos reforzadores de esa representación pintoresca, romántica y primitiva del *Old Mexico*. Al grado de crear estereotipos de lo mexicano en la mente de los anglo-americanos. Los "curios" sirvieron como productos difusores de una versión culturalmente construida de México en Estados Unidos y ayudó en la elaboración de imaginarios y estereotipos distintivos entre ambas naciones en la frontera (St. John 2009).

La tarjeta postal sirvió como una forma de rememorar aspectos del paisaje que los turistas no querían olvidar. Igualmente, creó una imagen de cómo debería ser ese espacio (Vanderwood 1988). Por otra parte, la tarjeta postal fungió como medio de comunicación y promoción turística al invitar a otros viajeros a presenciar y aventurarse a conocer lugares pintorescos. Asimismo, posibilitó la oportunidad de preservar la representación romantizada y nostálgica del *Old Mexico*.

La relación entre el paisaje natural con los poblados próximos a la frontera con el Distrito Norte, sirvieron como escenario para reforzar la idealización del sur de California. La vida campirana, las grandes vistas panorámicas que ofrecía la bahía de Chula Vista, las mesetas de Otay, los campos de cultivo de frutas de Nestor, cercanos al valle del río Tijuana y la señalización del límite internacional, eran indicios de que el turista estadounidense se adentraba al *Old Mexico* (*Old Mexico and Sweetwater Dam via National City & Otay Railway 1908: 3-5*).

En 1911, el Distrito Norte sufrió una incursión armada proveniente de California, el contingente estaba compuesto por estadounidenses, rancheros mexicanos y extranjeros. La intención era derrocar la dictadura de Porfirio Díaz y después propiciar una revolución anarquista mundial (Samaniego López 2017). La invasión inició el 29 de enero de 1911 con la captura de Mexicali y cuatro meses después, el galés Caryl Ap Rhys Pryce, comandante de la Segunda División, tomó el pueblo de Tijuana (Taylor 1992).

Pryce al verse sin recursos económicos para proseguir la lucha armada hacia Ensenada durante la ocupación de Tijuana, permitió la reapertura de las cantinas, prostíbulos y las salas de apuestas (Taylor 2002). Asimismo, concedió permisos para el establecimiento de casinos. No obstante, al no poder conseguir más fondos ni armamento, prefirió renunciar al mando del contingente y fue sucedido por Jack Mosby, quien mandó clausurar las cantinas y casinos. A consecuencia de la falta de dinero, una de las acciones que realizó para recaudar recursos fue montar un espectáculo tipo Wild West para entretener a los turistas que venían de San Diego. Los objetos que vendieron fueron postales y *souvenirs* de la campaña bélica, entre los que figuraron los casquillos de cartuchos percutidos (Taylor 2000).

El conflicto armado en la frontera mexicana sirvió como atracción para los turistas, ya que les proporcionó una visión diferente del *Old Mexico*, el nuevo espectáculo era ver personas en combate, en un lugar sin ley y rural, una imagen contrapuesta a la romantización del *Old Mexico* exótico. Después de la batalla de mayo de 1911, los visitantes estadounidenses pagaban 25 centavos de dólar para poder entrar al campamento rebelde y pasear entre los hombres armados y tomarse una fotografía para capturar el momento en una tarjeta postal. El cuartel de los insurrectos fue la tienda de curios de Alejandro Savín (Conklin 1966).

En los panfletos turísticos de *San Diego Southern Railway Company* (1911), en los días subsecuentes a la derrota de Mosby, se promocionó, por un lado, las excursiones a la colonia Little Landers en San Ysidro, ejemplo del modelo de vida agrícola estadounidense y, por el otro, se encontraba Tijuana señalado como lugar de interés por los recientes combates y disturbios, con ilustraciones fotográficas de los rebeldes rendidos después del combate con las tropas federales mexicanas.

La transformación del *Old Mexico* al México bárbaro: imágenes y estereotipos raciales

En la segunda década del siglo xx, California buscó proyectarse como un lugar modelo en Estados Unidos. La apertura del Canal de Panamá en 1915, era el evento a celebrar en California (Greb 1978) y el estado tenía preparadas dos exposiciones internacionales que servían como escenario para difundir la imagen de un país progresista y moderno. La ciudad de San Francisco organizó la Panama-Pacific International Exposition y San Diego fue sede de la Panama-California Exposition (O'Hara 2011).

En lo que respecta a San Diego, parte de su propuesta turística en los preparativos para la exposición fue un despliegue de temas que aludieron al pasado hispánico del sur de California. Los organizadores de la Panama-California Exposition elaboraron la construcción de la representación del Spanish romance, la cual rememoró a los frailes de las misiones y a los conquistadores españoles.

les, sobre todo a Vasco Núñez de Balboa. Asimismo, los trabajos de restauración de las misiones llevados a cabo años atrás y el circuito turístico del Camino Real fueron parte de esta temática (Kropp 2003).

Los inversionistas de San Diego se abocaron a fomentar esta visión romántica, la construcción del Balboa Park fue el espacio donde se materializó dicho imaginario. La Cámara de Comercio del condado de San Diego buscó distanciarse de cualquier aspecto que aludiera a México. De esta manera, el sur de California ya no era el *Old Mexico*, esta nueva representación retrató a la región como un lugar de habitantes blancos. Además, se publicitó San Diego como una ciudad modelo anglo-americana (Kropp 2003).

Para los promotores de la exposición, la situación prevaleciente en la frontera los alarmaba. Para Estados Unidos, el conflicto revolucionario en México era un asunto de seguridad nacional, algunos estadounidenses consideraban oportuno la intervención sobre el país vecino. (Chamberlain 1949) La imagen que se quiso proyectar de San Diego era vulnerable ante la situación social en los poblados del Distrito Norte, se temía que el visitante se llevara una mala impresión o diferente a la promocionada. Por ello, se alentó a los residentes a que fungieran como guías de turistas, para que fueran ellos los encargados en mostrar esa ciudad idealizada (Kropp 2003).

La situación política en el Distrito del Norte era reflejo de las circunstancias en el país, a consecuencia de la lucha revolucionaria (Samaniego López 1994). En 1915 el jefe político del Distrito Norte era el coronel Esteban Cantú, la condición económica del territorio cuando Cantú asumió el poder era lamentable. Debido a ello, permitió el funcionamiento de negocios que en California estaban prohibidos, autorizó las carreras de caballos, los casinos, la prostitución y el comercio del opio (Conklin 1966). Además, fiscalizó los comercios ya existentes con altos impuestos, introdujo diferentes gravámenes de importación y cambió la cabecera política de Ensenada a Mexicali (Samaniego López 1998).

En lo que respecta a Tijuana, la oportunidad de aprovechar la concurrencia de turistas que se encontraban en San Diego, a causa de la Panama-California Exposition y la promoción en los panfletos en el sur de California por visitar el *Old Mexico*, en los cuales se incluía conocer el poblado de Tijuana y las maravillas de las Islas Coronados, propició que Antonio Elozúa solicitara al jefe político, Esteban Cantú, el permiso para establecer una feria mexicana, con la finalidad de atraer a los visitantes estadounidenses al poblado (Cárdenas *et al.* 1983).

El nombre del espectáculo se llamó la Feria Típica Mexicana. La propuesta de entretenimiento fueron actividades que buscaron rememorar el *Old Mexico*, entre los que destacaron las corridas de toros, peleas de gallos, bailes y funciones mexicanas que reproducían el Wild West, también se publicitó la comida típica, bares, peleas de box y los juegos de azar permitidos en el Distrito Norte, la feria comenzó el 1 de julio de 1915 (*Welcome Tijuana*

Typical Mexican fair, Tijuana, Old Mexico: open from July 1st to December 31st 1915, 1915: 3-4).

La oportunidad de abrir casinos en el Distrito Norte, a consecuencia de la disposición legal que implementó Esteban Cantú, provocó que inversionistas mexicanos y estadounidenses buscaran la autorización para establecer negocios de entretenimiento. En 1916, Elozúa abrió el casino Monte Carlo en Tijuana, mientras que, en Mexicali, Withington obtuvo la concesión para erigir el casino El Tecolote.

En mayo de 1916, los organizadores de la Panama-California Exposition mencionaron que los juegos de azar y las carreras de caballos causaban un grave daño a la exposición de San Diego. Además, solicitaron al Consejo de la ciudad aprobar una ordenanza que prohibiera cualquier forma de propaganda que hiciera mención a las carreras de caballos o los casinos en Tijuana (*Sacramento Union*, 29 de mayo de 1916). La aparición de medidas para disuadir a los turistas estadounidenses comenzó a cobrar fuerza en San Diego. La publicidad negativa esgrimida contra la frontera mexicana, la retrató como un lugar peligroso e intentó atemorizar a los visitantes. Sin embargo, la feria de San Diego atraía más turistas en comparación con aquellos que cruzaban la línea internacional para visitar Tijuana (*Los Angeles Herald*, 28 de julio de 1916).

En junio de 1916, en San Diego se organizó la convención anual de Woman's Christian Temperance Union (wctu), y se convocó a los miembros de las asociaciones temperantes a desplazarse al sur de California para reforzar los discursos prohibicionistas. Asimismo, se dirigieron al presidente Woodrow Wilson para que tomara acciones y erradicara los males existentes en Tijuana. Del mismo modo, se presionó a Esteban Cantú para que prohibiera los fumadores de opio y las salas de apuestas existentes en la frontera (*Los Angeles Herald*, 9 de junio de 1916).

La regulación de la prostitución en el Distrito Norte incrementó las protestas de las organizaciones temperantes contra los poblados de Tijuana y Mexicali, además, se señaló que en la frontera mexicana existía el comercio



Figura 5. Feria Típica Mexicana, Tijuana, ca. 1915. Fototeca del Archivo Histórico de Tijuana. Colección Joel García.

de trata de blancas. La mayoría de las prostitutas que trabajaban en la zona de tolerancia de Mexicali eran estadounidenses. La razón de este flujo de meretrices se debió a la prohibición de la prostitución en California en 1913 y muchas de ellas se desplazaron a la frontera sur para continuar con su oficio y así ganar dinero.

De esta manera, el *Old Mexico* asociado a lo exótico y pintoresco se convirtió en la frontera bárbara, inmoral y decadente. Los discursos de los grupos temperantes guardaron ideas de exclusión racial que se transfirieron a la frontera mexicana. Los inspectores de inmigración abrazaron las ideas de los movimientos nativistas y de las asociaciones moralistas hasta construir la representación de que el mexicano constituía una amenaza, la cual posteriormente ayudó a moldear la política de la Oficina de Inmigración de Estados Unidos (Christensen 2009).

En 1917, Tijuana y Mexicali ganaron popularidad como lugares que se debían conocer por las actividades de entretenimiento que existían para los visitantes estadounidenses (*San Diego Union*, 1 de enero de 1917). En abril de 1917, Estados Unidos entró a la Primera Guerra Mundial y el flujo de turistas en el Distrito Norte disminuyó entre 1918 y 1919, a consecuencia de las restricciones que impuso el gobierno de Estados Unidos. Durante el periodo de guerra, los grupos progresistas presionaron al gobierno para que se decretara la proscripción del alcohol. En octubre de 1919, el Congreso aprobó la *Eighteenth Amendment*, donde se prohibió la venta, destilación y fabricación de alcohol en todo Estados Unidos, esta ley entró en vigor el 16 de enero de 1920.

Conclusiones

La novela de *Ramona* escrita por Helen Hunt Jackson, en 1884, intentó mostrar la situación de marginación social en la que se encontraban los indígenas californios y los residentes mexicanos, quienes pugnaron por conservar sus títulos de propiedad ante el gobierno anglo-americano. El arribo de turistas y de inmigrantes del este de Estados Unidos, en busca de tierras fértiles, evidenció que esta región no se encontraba deshabitada como la propaganda turística de las compañías ferroviarias lo promocionó.

La romantización del pasado hispano-mexicano que se desprendió de la novela *Ramona* ayudó a construir todo un imaginario turístico en el sur de California. Esto originó el arribo de cientos de turistas anglo-americanos cautivados por los lugares ficticios descritos en la novela, al grado de generar una movilización en paseos y excursiones por el territorio californiano buscando esos parajes.

Los turistas anglo-americanos que visitaron California llegaron con la idea de querer encontrar este imaginario que publicitaron las guías de viaje de las empresas ferroviarias. La finalidad de las compañías era hacer que estos viajeros se convirtieran en residentes permanentes y que adquieran tierras en los puntos de interés turístico, donde supuestamente vivió el personaje de *Ramona*. El

afluentes de los inmigrantes anglo-americanos y el aumento de la población en las ciudades del sur de California hicieron que la representación de *Old Mexico* fuera vista como un elemento folclórico del pasado de California y no como parte de la situación social que aún existía en la región colindante con la frontera mexicana.

La representación publicitada del *Old Mexico* que recordó la nostalgia de la California rural, así como la idealización del pasado romántico de los indígenas con la naturaleza y la vida simple en el campo, fue gradualmente trasladada al Distrito Norte y se asoció que cruzar la frontera, visitar la aduana de Tijuana y el balneario de aguas termales eran vivencias que permitían experimentar el verdadero *Old Mexico*.

Por otra parte, el imaginario de lo pintoresco y exótico en el turista estadounidense, en el primer decenio del siglo xx, albergó elementos que ayudaron a crear una distinción racial y cultural. El espacio fronterizo brindó a los viajeros el acceso a otra realidad, la cual intentaron definir a partir del imaginario promocionado en los impresos turísticos. Los escenarios romantizados estaban impregnados de un atractivo emocional que cautivaba al visitante extranjero.

Sin embargo, para 1915, la representación del *Old Mexico* se alejó del exotismo romantizado y reposó en el imaginario de la inmoralidad, lo violento y lo salvaje, el cual fue construido por los grupos moralistas de Estados Unidos, quienes crearon estereotipos raciales sobre el mexicano cargados de prejuicios denigrantes. Al grado de convertirse en los discursos de la política de inmigración estadounidense en los años posteriores de la década de los veinte. Igualmente originó todo un conjunto de imágenes negativas sobre la frontera, especialmente en los poblados de Tijuana y Mexicali, los cuales fueron vilipendiados y retratados como una amenaza para la seguridad nacional de Estados Unidos.

Referencias

Archivos

- Definición de turistas o pasajeros en relación al derecho de importar \$100 dólares en artículos sin pagar impuestos (15 de septiembre de 1904). Bowers, Collector of Customs, Colección National Archives. Instituto de Investigaciones Históricas, Universidad Autónoma de Baja California [1.129].
- Carta de J. B. Reynolds (10 de abril de 1907). Assistant Secretary, Treasury Department, Washington Collector of Customs, Colección National Archives. Instituto de Investigaciones Históricas, Universidad Autónoma de Baja California [1.138].
- Solicitud del jefe político del Distrito Norte para trazar una línea divisoria entre México y Estados Unidos (16 de agosto de 1888). Archivo General de la Nación (AGN), fondo Gobernación, vol. 246,

sección 2^a 888 (13), exp. 17, ff. 2-3. Instituto de Investigaciones Históricas, Universidad Autónoma de Baja California [27.35].

Solicitud de vecinos de Tijuana al jefe político del Distrito Norte para que les conceda el permiso de realizar corridas de toros (9 de julio de 1894). Archivo General de la Nación (AGN), fondo Gobernación, vol. 322, sección 2^a, exp. 5, ff. 6-7. Instituto de Investigaciones Históricas, Universidad Autónoma de Baja California [30.30].

Periódicos

Los Angeles Herald (20 de abril de 1888).

Los Angeles Times (16 de abril de 1888). Tia Juana's Bull Pen. En Colección Donald Chaput, Instituto de Investigaciones Históricas-Universidad Autónoma de Baja California.

Sacramento Union (29 de mayo de 1916).

San Diego Union (1 de enero de 1917).

San Francisco Call (22 de abril de 1894).

Bibliografía

Abrams, J. (2010). On the road again: consumptives traveling for health in the American West, 1840-1925. *Great Plains Quarterly*, 30 (4): 271-285.

Acevedo Cárdenas, C., D. Piñera y J. Ortiz (1983). Semblanza de Tijuana 1915-1930. David Piñera Ramírez (coord.), *Panorama Histórico de la Baja California* (pp. 430-442). Tijuana: Centro de Investigaciones, Universidad Nacional Autónoma de México, Universidad Autónoma de Baja California.

Baur, J. E. (1959). The Health Seeker in the Westward Movement, 1830-1900. *The Mississippi Valley Historical Review*, 46 (1): 91-110.

Blunt J. F. (1894). Spanish Fiesta at Coronado Beach. *Frank Leslie's Illustrated Weekly* LXXVI (II), 327-328.

Braman, D. (1894). *San Diego: Southern California, the Italy of America: its advantages: climatic, agricultural and commercial-orange and lemon growing: their profit and prospects-the commercial future of San Diego*. [Folleto]. Boston: San Diego Land & Town Company y Gould, Hutton & Co.

Camp, S. L. (2013). From Nuisance to Nostalgia: The Historical Archaeology of Nature Tourism in Southern California, 1890-1940. *Historical Archaeology*, 47 (3): 81-96.

Chamberlain, E. K. (1949). United States interests in Lower California. Tesis. Berkeley: University of California Berkeley.

Chartier, R. (1992). *El mundo como representación, estudios sobre historia cultural*. Barcelona: Gedisa.

Christensen, C. (2009). *Mujeres Públicas: Euro-American Prostitutes and Reformers at the California-Mexico Border, 1900-1929*. Tesis. Los Ángeles: University of California Irvine.

Conklin, D. T. (1966). *Tijuana: Genesis and Early History*. Los Ángeles: University of Southern California, Latin American Studies 591.

Crofutt, G. A. (1869). *Crofutt's Trans-Continental Tourist's Guide*. Nueva York: Geo. A. Crofutt.

Cruz González, N. C. (2007). El poblamiento de Baja California y la influencia de la política de población en el periodo cardenista. *Estudios Fronterizos*, 8 (16): 91-122.

Culver, L. (2012). *The Frontier of Leisure, Southern California and the Shaping of Modern America*. Oxford, New York: Oxford University Press.

DeLyser, D. (2003). Ramona Memories: Fiction, Tourist Practices, and Placing the Past in Southern California. *Annals of the Association of American Geographers*, 93 (4): 886-908.

DeLyser, D. (2005). *Ramona Memories: Tourism and the Shaping of Southern California*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Elite Printing Co. (1915). *Welcome Tijuana Typical Mexican fair, Tijuana, Old Mexico: open from July 1st to December 31st 1915*. [Folleto]. San Diego: Elite Printing Co.

Forstall, R. L. (1996). *Population of States and Counties of the United States: 1790 to 1990*. Washington: Department of Commerce, U. S. Bureau of the Census.

Frye & Smith (1911). *San Diego Southern Railway Company: daily excursions to the historic Mexican town of Tia Juana and to Sweetwater Dam*. [Panfleto]. San Diego: Frye & Smith.

Gendzel, G. (2008). Not Just a Golden State: Three Anglo "Rushes" in the Making of Southern California, 1880-1920. *Southern California Quarterly*, 90 (4): 349-378.

Gil Durán, I. (1989). La influencia del turismo en el nacimiento y desarrollo inicial de Tijuana, 1888-1900. *Review of Latin American Studies*, 2 (1-2): 31-37.

Greb, G. A. (1978). Opening a New Frontier: San Francisco, Los Angeles and the Panama Canal, 1900-1914. *Pacific Historical Review*, 47 (3): 405-424.

Guadiana Lozano, P. F. (2014). *El uso de la tarjeta postal: actividades turísticas y sociales en Tijuana de 1901 a 1935*. Tesis. Mexicali: Instituto de Investigaciones Históricas, Universidad Autónoma de Baja California.

Hausladen, G. J. (2003). *Western Places, American Myths: How We Think About the West*. Reno: University of Nevada Press.

Hyde, A. F. (1993). Cultural Filters: The Significance of Perception in the History of the American West. *Western Historical Quarterly*, 24 (3): 351-374.

St. John, R. S. (2009). Selling the Border. Trading Land, Attracting Tourist, and Marketing American Consumption on the Baja California Border, 1900-1934. Alexis McCrossen (ed.), *Land of necessity: consumer culture in the United States-Mexico border*.

- derlands (pp. 113-142). Durham: Duke University Press.
- Kropp, P. S. (2003). In Search of History and Romance on El Camino Real. Hal K. Rothman (ed.), *The Culture of Tourism, the tourism of culture: Selling the Past to the Present in the American Southwest* (pp. 38-65). Albuquerque: University of New Mexico Press.
- Kropp, P. S. (2006a). *California Vieja, Culture and Memory in a Modern American Place*. Berkeley: University California Press.
- McNally, R. (1886). *Coronado Beach and surrounding country*. [Folleto]. San Francisco: Rand, McNally & Co. y F. Eastman & Co.
- McNally, R. (1889). *Coronado, San Diego County, California: the Coronado Beach Company has been organized with a capital of one million dollars*. [Folleto]. Chicago: Rand McNally Printers.
- Middlebrook, R. P. y Best, G. M. (1947). The San Diego & Arizona Eastern Ry. Co. *The Railway and Locomotive Historical Society Bulletin*, 71: 7-24.
- National City & Otay Railway (1888). *Old Mexico and return in a day!: through orange and lemon groves reached only by the National City and Otay R'y: the popular 60-mile excursion over the lemon line to Old Mexico, crossing the border line via Tia Juana, and, on the return, visit the famous Sweetwater Dam*. [Panfleto]. San Diego: Frandzen, Bumgardner & Co.
- National City & Otay Railway (1908). *Old Mexico and Sweetwater Dam via National City & Otay Railway* [Panfleto]. San Diego: National City & Otay Railway.
- O'Hara, C. E. (2011). The Panama-California Exposition, San Diego, 1915: The Olmsted Brothers' Ecological Park Typology. *Journal of the Society of Architectural Historians*, 70 (1): 64-81.
- Old Mexico and Sweetwater Dam via National City & Otay Railway* (1908). San Diego: National City & Otay Railway. Special Collections & Archives, University of California San Diego.
- Packard, J. C. (1968). San Diego's Early Hotels. *Southern California Quarterly*, 50 (3): 267-278.
- Padilla Corona, A. (2006). *Inicios urbanos del Norte de Baja California, Influencias e ideas, 1821-1906*. Mexicali: Universidad Autónoma de Baja California, Instituto de Investigaciones Históricas.
- Piñera Ramírez, D. (2014). Capítulo IV. Las compañías colonizadoras y los orígenes de las poblaciones, 1885-1906. M. A. Samaniego López (coord.), *Breve Historia de Baja California* (pp. 127-166). Mexicali: Universidad Autónoma de Baja California.
- Rivera Delgado, J. G. (2003). J. Ibs, J. G. Padilla y A. Savín. Tres pioneros del comercio y turismo en Tijuana, *Seminario de Historia de Baja California, Memoria 2003, duodécimo ciclo de conferencias*. Ensenada: Gobierno del Estado de Baja California.
- Sacks, B. (1996). Charles Fletcher Lummis at Hotel del Coronado: The Spanish Fiesta, Spring 1894. *Southern California Quarterly*, 78 (2): 139-174.
- Samaniego López, M. A. (1998). *Los gobiernos civiles en Baja California, 1920-1923*. Mexicali: Universidad Autónoma de Baja California, Instituto de Cultura de Baja California.
- Samaniego López, M. A. (1994). Las luchas políticas en Baja California durante la Revolución, 1910-1920. *Frontera Norte*, 6 (11): 59-79.
- Samaniego López, M. A. (2017). El poblado fronterizo de Tijuana. Emiliano Zapata y la *Rivoluzione da Tavolino. Historia Mexicana*, LXVI (3): 1123-1175.
- San Diego Land and Town Co. (1891). *An empire of 40,000 acres: the Italy of America*. [Panfleto]. San Diego: San Diego Land and Town Co.
- San Diego Southern Railway Company: excursions to Tia Juana, Mexico & Sweetwater Dam*. (1902). [Panfleto]. San Diego: Denrich Press.
- Taylor, L. D. H. (1992). *La campaña magonista de 1911 en Baja California*. Tijuana: El Colegio de la Frontera Norte.
- Taylor, L. D. H. (2000). ¿Aventurero o defensor de los principios magonistas?: el papel de Jack Mosby en la revuelta de 1911 en Baja California. *Región y Sociedad* XII (20), 111-141.
- Taylor, L. D. H. (2002). The wild frontier moves south. U.S. Entrepreneurs and the Growth of Tijuana's vice industry, 1908-1935. *The Journal of San Diego History, San Diego Historical Society Quarterly*, 48 (3). Disponible en <http://www.sandiegohistory.org/journal/2002/july/frontier-2/> [Consulta: 1 noviembre 2017].
- U.S. Grant Hotel, San Diego, Calif.* (1915). [Folleto]. San Diego: California.
- Vanderwood, P. (1988). Writing History with Picture Postcards: Revolution in Tijuana. *The Journal of San Diego History*, 34 (1): 38-63.
- Vroman, A.C. y Barnes, T. F. (1899). *The genesis of the story of Ramona: why the book was written, explanatory text of points of interest mentioned in the story*. Los Angeles: Kingsley-Barnes & Neuner.
- Welcome Tijuana Typical Mexican fair, Tijuana, Old Mexico: open from July 1st to December 31st 1915* (1915). San Diego: Elite Printing Co. Special Collections & Archives, University of California San Diego.