



CURE
Centro Universitario
Regional del Este



**UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY**

Universidad de la República

Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación

Centro Universitario Regional del Este_ Sede Maldonado

TESINA

El turismo en Uruguay: balneario Atlántida (1935-1960)

Licenciatura en Turismo

Estudiante:

Matías Delgado

Tutora:

Mag. Rossana Campodónico

Enero 2021

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	3
2. FUNDAMENTACIÓN.....	6
3. OBJETIVOS.....	7
1.1. Objetivo General.....	7
1.2. Objetivos Específicos.....	7
4. METODOLOGÍA.....	7
5. MARCO TEÓRICO.....	8
6. FACTORES QUE SIRVIERON DE IMPULSO PARA EL DESTINO.....	16
7. PRINCIPALES ACONTECIMIENTOS EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DEL BALNEARIO.....	22
8. GESTIÓN DE LOS ATRACTIVOS DEL BALNEARIO.....	40
8.1. Gestión pública.....	40
8.2. Gestión privada.....	43
9. FACTORES INTERNOS DEL DESTINO QUE QUE INCIDIERON EN SU POSICIONAMIENTO NACIONAL Y REGIONAL.....	50
9.1. Factores internos favorables.....	50
9.2. Factores internos desfavorables.....	52

10. FACTORES EXTERNOS AL DESTINO QUE INCIDIERON EN SU POSICIONAMIENTO NACIONAL Y REGIONAL.....	55
10.1. Factores externos favorables.....	55
10.2. Factores externos desfavorables.....	56
11. CONSIDERACIONES FINALES.....	61
12. BIBLIOGRAFÍA.....	64
12.1. Fuentes consultadas.....	65

1. INTRODUCCIÓN

Este trabajo de investigación abordará un análisis conceptual, el cual comienza desarrollando la idea de construcción del paisaje costero y el concepto de balneario que sirvieron como disparadores para el resto de la investigación. Se considerará el turismo de veraneo, sus prácticas asociadas y las principales tendencias del turismo en el comienzo de los balnearios. La política turística y su derivación de la política económica e intervención del gobierno en la actividad económica, seguido de diferentes definiciones de política turística y el accionar de los actores públicos y privados. Se explicarán los diferentes modos de implantación de políticas turísticas y el análisis de la intervención de un gobierno en cuanto a dichas políticas para determinar el accionar de los gobiernos nacionales de la época. Acción pública, los fines de la gestión pública y su relación con el turismo, la importancia de la acción pública en el desarrollo de un destino. El patrimonio en el contexto del accionar de un gobierno y la importancia que la comunidad le otorga a los diferentes bienes patrimoniales otorgándoles o no un significado. Además se identificarán nuevas realidades sociales percibidas a lo largo del período estudiado.

En base al análisis de estos conceptos se comenzarán a desarrollarse diferentes factores que sirvieron de impulso para Atlántida como destino. Se destacan tres factores: la influencia del estilo arquitectónico Art Decó y su relación con la construcción de la época, el desarrollo de la localidad basado en nuevos servicios de agua corriente, luz eléctrica y teléfono y un análisis del rol del estado en la actividad turística. En cuanto a este último aspecto se investigarán las principales políticas llevadas a cabo por el Estado y diferentes instituciones, -entre las que destaca la Comisión Nacional de Turismo (CNT)¹-.

En el siguiente capítulo se estudiarán diversos acontecimientos que incidieron en las transformaciones de la actividad turística del balneario. Entre ellos aparece la ampliación de la planta turística a partir de 1937, que trajo consigo la construcción de nuevos hoteles, clubes, un casino y un cine-teatro, entre otros y que fue imprescindible para atraer una demanda argentina de alto poder adquisitivo -la cual estuvo constituida por algunos personajes famosos- y

¹ En adelante CNT

generar empleo local. Se añaden, una acción propagandística, loteo y posterior venta de terrenos por parte del empresario italiano Natalio Michelizzi y dando inicio del rubro inmobiliario; las construcciones de dos íconos arquitectónicos del balneario como lo son: la Quimera popularmente conocida como “El Águila” y la Iglesia “Cristo Obrero Nuestra Señora de Lourdes”.

Allí también se incluirán la creación de la Liga de Fomento de Atlántida (LIFA)² -institución concebida con el fin de auspiciar cualquier actividad que impulsara el desarrollo del balneario- y algunos acontecimientos que afectaron negativamente la actividad: hoteles que dejaron de funcionar, la muerte de Michelizzi y ciertos fenómenos climáticos que afectaron el lugar.

En lo que respecta a la gestión pública y privada de sus atractivos y bienes patrimoniales, se iniciará con la exposición de las definiciones de patrimonio local y patrimonio localizado que introducen a la gestión pública, seguido de la forma de implantación de las políticas turísticas para la gestión pública del turismo.

Posteriormente, se realizará un análisis de la gestión de la franja costera y una reflexión sobre lo que significó la falta de planificación y los problemas de erosión natural que respondieron a una situación de abandono político nacional y departamental.

Mediante el planteo de una definición de planificación se comprenderá en qué se basó el desarrollo del balneario y cuáles fueron sus principales consecuencias. En este contexto se ahondará en la gestión de los atractivos privados: principales hoteles, casino, clubes, etcétera.

Posteriormente se realizará un análisis de las gestiones realizadas por parte de Michelizzi y la LIFA y se expondrán algunas reflexiones acerca del significado de los atractivos para la comunidad.

Los últimos cuatro capítulos comprenden diversos factores que incidieron en el posicionamiento del destino dentro del país y de la región en el período estudiado. En el desarrollo de este trabajo serán clasificados en internos y

² En adelante LIFA

externos, dentro de esta clasificación se ordenarán en favorables y desfavorables para una mejor comprensión.

Se iniciará con la descripción de las repercusiones de los fraccionamientos y las ventas de terrenos por parte de Michelizzi que se complementaron con el aumento de la oferta hotelera y la promoción por medio de la folletería. Por consiguiente, se detallará la promulgación de una segunda ley de fomento hotelero que impulsó la oferta del balneario y el nivel del público que frecuentaba el balneario en esa época y su incidencia en la economía del destino. En consecuencia se destacarán factores como una superpoblación de jugadores ocasionales en el casino en paralelo a la construcción de clubes que fomentaron la exclusividad del balneario.

En cuanto a los factores negativos se analizará primeramente el intento fallido por parte de Michelizzi para que el nombre “Atlántida” contemplara a toda su región circundante y se realizará una comparación con lo sucedido en ese entonces en Punta del Este. A su vez, se advertirá acerca de una nueva demanda: la de la clase media montevideana, su surgimiento, las causas y las consecuencias en la interna del balneario, además de un análisis de su perfil y comportamiento.

Asimismo se analizarán constantes conflictos entre diferentes actores del sector que perjudicaron la promoción turística del balneario, así como divisiones políticas generadas durante la Segunda Guerra Mundial; la pérdida de algunos de los principales atractivos turísticos; el ajetreo urbanístico en los balnearios del departamento de Canelones que generaron nuevos núcleos de residentes permanentes.

Por otra parte, la dependencia del turismo argentino y las graves consecuencias del bloqueo durante el gobierno de Juan D. Perón demostrarán la falta de recursos con los que contaba el destino para salir a flote en ese momento tan complejo. Sumado a esto se indagará sobre la intención de los gobiernos nacionales de desarrollar a Punta del Este por sobre los demás balnearios, lo que comprometió mucho más a Atlántida en ese momento, la cual se vería fuertemente afectada por la crisis económica de 1955.

Posteriormente al desarrollo de cada capítulo se expondrán las consideraciones finales.

2. FUNDAMENTACIÓN

Se consideró realizar un estudio de investigación de la historia del turismo de Atlántida entre 1935 y 1960, período en el cual este balneario se consolidó como capital turística de Canelones pero, a su vez, se sucedieron diferentes transformaciones que fueron afectando su posicionamiento como destino turístico.

Se eligió este tema debido a una problemática que se considera importante investigar. Según información obtenida de diferentes trabajos y testimonios allí recabados, se han dado algunas transformaciones entorno a la actividad turística del balneario. Dichas transformaciones refieren, por un lado, a los servicios ofrecidos ya que es notorio el cambio en la oferta turística con respecto a sus atractivos, equipamiento, infraestructura, servicios complementarios y actividades y, por ende, una transformación de la imagen del destino, de su valor simbólico, la satisfacción de los visitantes y las experiencias que se les brinda. En este sentido, se han visto afectados los turistas que visitan el destino, ya que la oferta generalmente no colma sus expectativas y, por lo tanto, la experiencia turística, eventualmente, puede terminar siendo negativa. Por otra parte, la gestión tanto pública como privada de los diferentes atractivos turísticos y bienes patrimoniales ha sido cuestionada por los pobladores locales, dado que consideran que estos si bien tienen potencial han sido sub-explotados.

3. OBJETIVOS

3.1. Objetivo General

- Identificar los principales acontecimientos que incidieron en las transformaciones de la actividad turística del balneario Atlántida en el período 1935-1960.

3.2. Objetivos Específicos

- Investigar acerca de la gestión tanto pública como privada de los diferentes atractivos turísticos y bienes patrimoniales del balneario.
- Indagar cuáles fueron los factores internos del destino que incidieron en su posicionamiento dentro del país y de la región en el período estudiado.
- Analizar el grado de incidencia de los factores externos al destino en relación a su posicionamiento dentro del país y de la región entre 1935 y 1960.

4. METODOLOGÍA

El tipo de investigación es cualitativa mediante un diseño exploratorio, de acuerdo a lo sostenido por R. Schlüter (2000) - quien adoptando las posiciones afirmadas por Selltiz et al. (1976)- argumenta que "(...) se desprende que la función principal del diseño exploratorio consiste en descubrir nuevas ideas y nuevas perspectivas. Por esta razón, los estudios exploratorios son lo suficientemente flexibles para permitir considerar los más variados aspectos del problema de investigación"(Schlüter, 2000, p.60)

Teniendo en cuenta que este destino ha sido - y sigue siendo- un referente de la costa balnearia de nuestro país, se consideró necesario analizar todas las transformaciones en el sector turístico durante el período de tiempo analizado mediante una revisión bibliográfica, recopilación de archivos históricos y distintas fuentes. Asimismo, se realizó una clasificación de archivos fotográficos de la época que sirvieron de complemento para el análisis de la investigación.

5. MARCO TEÓRICO

Para abordar esta investigación se considera en primer lugar el concepto de proceso de construcción del paisaje costero, Da Cunha y Campodónico (2012) sostienen que “(...) el proceso de construcción del paisaje costero transcurrió por diferentes etapas, generando diversos paisajes balnearios que respondieron al proceso cultural y social”. (p.334)

Por otra parte, Leitch (2012) afirma que “(...) asimismo se impone cruzar paradigmas y sensibilidades de origen diverso que van construyendo el paisaje costero y del balneario”. (p.302) La autora agrega que el discurso médico dominante de esa época era el de tomar baños de sol, mar y aire puro para la cura de muchas dolencias. Lo que todos estos aspectos fueron generando se vio reflejado en la concepción de los balnearios, inmersos en ese paisaje costero.

Leitch (2012) se refiere al balneario de la siguiente manera: “(...) en efecto el balneario es un ámbito geográfico sin lugar a dudas bien específico caracterizado por ser un territorio urbano adyacente al mar con población intermitente”. (p.307) Si bien es una definición bastante general, sirve para introducirse en la vinculación del balneario con el turismo: se lo puede vincular con lo estacional y las temporadas, al turismo en vacaciones y equipamientos necesarios para que ello suceda. (Leitch, 2012)

En cuanto a una perspectiva más urbanística, Leitch (2012) afirma que “(...) el balneario es una forma de urbanización específica, diferente a una ciudad corriente. Sus trazados y ramblas, el aporte del verde y el árbol, sus equipamientos, sus imaginarios asociados, conforman un paisaje cultural urbano bi-polar cambiante según la estacionalidad”. (p.307) Esta mirada se vincula directamente con el turismo ya que ese paisaje que se conforma está volcado de lleno a esta actividad. Al pensar en una explicación sobre cómo surgieron los balnearios, se puede considerar lo mencionado por Leitch (2012) “(...) el nacimiento del balneario se explica como la contracara del crecimiento

de la metrópolis contemporánea. Surge como descompresión y válvula de escape de la vida asfixiante de la ciudad para una élite". (p.298)

El proceso de urbanización que aconteció a mediados del siglo XX, se debió a las circunstancias económicas de la región que dieron lugar a que las clases medias se incorporaran a la demanda balnearia (Da Cunha, 2012). De esta manera, comienza a visualizarse la nueva estructura de la demanda de los balnearios. Se destaca que el eje de las prácticas turísticas estaba en la costa rioplatense y atlántica (Da Cunha, 2012).

A partir de estas teorías se plantea el segundo concepto, que se refiere a turismo de veraneo, Da Cunha, et al., (2012) exponen que "(...) la búsqueda del sol y la playa así como de vida al aire libre fue la principal tendencia en las prácticas turísticas y su natural correlato." (p.73) Por otro lado, en cuanto a un entorno más específico y que se corresponde mayormente con esta investigación Da Cunha y Campodónico (2012) plantean que:

(...) el chalet en la costa con parrillero, muelles pesqueros, alquiler de botes o caballos o la instalación de ranchos y carpas por partes de entidades deportivas y sociales, convirtieron a la cercana costa de Canelones en el lugar privilegiado para vacaciones y fines de semana. En el mediano y largo plazo significó el ideal de vacaciones para los trabajadores y sectores medios de la sociedad. (p.345)

De este modo, se pone de manifiesto cuáles eran las principales tendencias del turismo en el comienzo de los balnearios, pero nada de esto sería posible sin una política turística que encuadrara y regularizara las actividades que se realizaron en el sector turístico en esa época.

Para comenzar a abordar esta temática es importante destacar lo mencionado por Monfort Mir (2000), "(...) la política turística se deriva de la política económica general (...)." (p.12) Siguiendo esta línea, Jordan y García Reche et al. (2000) expresan que por política económica se entiende "(...) la intervención deliberada del gobierno en la actividad económica con el objetivo de conseguir ciertos fines u objetivos mediante la utilización de determinados medios o instrumentos". (en Monfort Mir, 2000, p.8)

En este contexto, Arcoraci (2009) cita a la Organización Mundial del Turismo (OMT)³ que define la política turística como la “acción que desarrolla el sector público desde el conjunto de administraciones e instituciones que lo componen que afectan de manera relevante a la actividad pública (...)”(p.1).

Esto se complementa con lo sustentado por Fernández (1985) quien expresa que la noción de política turística surge como argumento de un qué hacer práctico y los impactos que tienen los visitantes en un destino. (en Quintana 2018, p.28) Por un lado, Arcoraci se enfoca en la política turística como acción y Fernández amplía este punto sosteniendo que, además, surge por el impacto de los visitantes a un destino. Teniendo en cuenta ambas definiciones, se distingue que una política turística es necesaria en primer término para la regulación y el control que surge desde el sector público, que apunta hacia quienes visitan el destino.

Desde una perspectiva más amplia Goeldner y Ritchie (en Chaisawat, 2006), señalan a la política turística como un conjunto de regulaciones, reglas, guías y objetivos de promoción/desarrollo y estrategias que provee una línea de trabajo para la toma de decisiones colectivas e individuales que afectan directamente el destino del desarrollo turístico y sus actividades diarias. (en Quintana, 2018, p.28). Estos autores agregan algunos conceptos que señalan un método de trabajo que sirve para que el sector turístico se desarrolle y de esta manera, además, de dar una definición de política turística explican de qué manera se lleva a cabo y su influencia en el destino.

Por otra parte, Velasco (2016) afirma que “(...) la política turística sería el conjunto de actividades, decisiones y procesos que impulsan actores gubernamentales -en ocasiones en colaboración con otros actores- con la intención de alcanzar objetivos diversos relacionados con el turismo". (p.579)

La autora plantea que la política turística es por lo tanto un fenómeno político que es posible aislar y estudiar, concentrándose en las acciones y procesos que son efectivamente impulsados por los gobiernos (Velasco, 2016). Para la

³ En adelante OMT

investigación, estas definiciones de Velasco son las más adecuadas, teniendo en cuenta algunos de los objetivos que se quieren alcanzar. Se pretende indagar acerca de la gestión pública y privada de atractivos turísticos y bienes patrimoniales del balneario, por lo tanto, tener en cuenta el accionar de los actores gubernamentales, y la colaboración de otros actores como son los privados resulta imprescindible y marca la pauta de que se deben investigar las políticas relacionadas al turismo impulsadas en el período de investigación. También mediante este análisis se podrá analizar la incidencia de algunos factores internos y externos al destino, teniendo en cuenta el accionar del sector público como uno de los factores trascendentales para la localidad.

Cuando se refiere a implantación de una política turística es adecuado citar a Monfort Mir (2000), quien refiere a que "(...) el establecimiento de una política turística conlleva, en definitiva, la articulación de unas estrategias, canalizadas por medio de planes, programas y medidas legislativas, que facilitan el alcance de los objetivos o metas predeterminadas (p.17)". Esto se vincula directamente con lo que es la actuación de un gobierno en cuanto a su relación con el turismo, en este contexto Monfort Mir (2000) afirma que:

(...) desde una perspectiva estratégica, la implicación del gobierno con el turismo de la mano de la política turística aparece como una intervención imprescindible que pretende incidir con mayor intensidad en aquellos factores que puedan mejorar el conjunto de la actividad económica de un Estado" (p.23).

El análisis de estas definiciones, conocer de qué manera los gobiernos locales establecieron las políticas turísticas de la época resultan sustanciales para entender los planes y programas llevados a cabo. Herramientas fundamentales para comprender las causas de algunas situaciones y acontecimientos que se suscitaron y en una primera instancia no parecen tener una explicación o directamente no la tienen.

Dentro de este enfoque el autor hace referencia a la exigencia de un gobierno que actúa estratégicamente y lo define expresando que por otro lado corresponde señalar que la actuación estratégica de un gobierno en política turística exige una planificación de igual modo estratégica que garantice la viabilidad posterior de la política (Monfort Mir, 2000). Parece importante conocer

también, cuáles fueron las estrategias desarrolladas por los gobiernos y si hubo una planificación estratégica para hacerle frente a temas relacionados a la actividad turística de Atlántida dentro del período a investigar.

En el contexto nacional a partir de principios del siglo pasado, se comenzaban a poner en práctica diferentes políticas turísticas que empezaban a establecer los lineamientos de la actividad turística. Da Cunha y Campodónico (2012), afirman que "(...) el gobierno de Batlle y Ordóñez intentaba promover la industria del turismo como parte del modelo de país industrial que sustentaría el progreso económico y social". (p.336)

De igual modo, Quintana (2018) expresa que "(...) a partir de la creación de la Comisión Nacional de Turismo, mediante la ley 9.133 del 17 de noviembre de 1933, el Estado uruguayo comienza a ejercer un "rol pionero en la región" (...)". (p.37) Ambas afirmaciones son importantes para conocer de qué manera influye el contexto nacional en el desarrollo turístico del destino. Por un lado, analizar la promoción del turismo por parte del gobierno de Batlle y Ordóñez y si esto influyó en el desarrollo de los balnearios al igual que la creación de la CNT y su incidencia en el destino. Son totalmente complementarias y sirven como factores de análisis para el desarrollo de la investigación.

Díaz Pellicer (2012) afirma al respecto que "(...) desde la creación de la Comisión Nacional de Turismo (CNT) hasta la creación del Ministerio de Turismo la institucionalidad turística nacional fue cambiando de modo incremental y no discontinuo, pudiéndose identificar períodos con características turísticas definidas". (en Quintana 2018, p.40)

En cuanto a estos períodos Díaz Pellicer (2012) plantea que:

(...) en el primer período (1930-42) las medidas se centraron en fomentar la construcción de hoteles, de paradores y de obras de infraestructura. En el segundo período (1942-67) se pueden distinguir dos subperíodos: entre 1942-58 se estimuló el arribo de visitantes dado que ya había hoteles y obras de infraestructura (...); y entre 1958-67 volvieron a estimular la construcción de hoteles y continuaron subsidiándolos. (en Quintana 2018, p.40)

Es importante destacar que mediante el esfuerzo de inversiones del ámbito privado y público se logró el desarrollo de la actividad política. (Da Cunha, 2012)

Estas tres definiciones sirven para profundizar lo anteriormente mencionado y también son hechos significativos que van a servir para obtener conclusiones con respecto a la investigación y lograr alcanzar los objetivos planteados.

Todas estas políticas e iniciativas de los gobiernos forman parte de “la acción pública”, la cual es definida por Velasco y Santos Lacueva (2016) como “(...) las iniciativas de los gobiernos legítimos que, en contextos democráticos, tienen la responsabilidad de tomar decisiones para mejorar el espacio de lo colectivo (...)” (p.573) Este accionar de los gobiernos está estrechamente ligado con la gestión pública, Bruqué y Subirats (1996), mencionan que la gestión pública es un área de conocimiento que recoge reflexiones que provienen de disciplinas muy diversas y que tienen como fin proponer mejoras en los diseños organizativos, las estructuras, los procesos o las técnicas de gestión en dichas organizaciones. (en Velasco, 2016)

En relación con el turismo se trataría de observar, investigar y proponer mejoras de gestión para las distintas organizaciones que desde diferentes niveles de gobierno trabajan por el turismo. (Velasco, 2016)

Por otra parte, Sautter y Leisen (1999), sostienen que todas las partes o intereses implicados o afectados en un mercado o comunidad determinada deberían gestionar conjuntamente el sistema turístico. (en Ascanio, 2009, p.130)

Se puede visualizar que la gestión pública vinculada al turismo no solo radica en el accionar de los gobiernos sino que se logra por parte de todos los actores que conforman el sistema turístico.

La acción pública en el turismo, por tanto, es sumamente importante para el desarrollo de un destino y significa un trabajo en conjunto. Se puede visualizar la sinergia entre diferentes actores que trabajan por un mismo fin y es importante que esa relación funcione para que el sector pueda desarrollarse de

manera efectiva. En una localidad esto puede parecer más sencillo, pero muchas veces las decisiones de unos y otros no coinciden y se generan conflictos. Otras veces el sistema turístico es gestionado por unos pocos y las opiniones de la comunidad, por ejemplo, no son tomadas en cuenta. También, se puede dar que los reclamos o inquietudes del turista no se tomen en cuenta y no se logren las mejoras que se esperan en los destinos. Es importante para la investigación hacer hincapié en este tema y conocer con profundidad de qué manera se manejaron estas situaciones.

Vinculado a la acción pública y la gestión de los gobiernos, resulta importante destacar el rol que cumple el patrimonio en las comunidades y de qué manera éstas se vinculan con los bienes patrimoniales con los cuales conviven.

Prats (2005), expresa que: "(...) la puesta en valor y activación de los referentes patrimoniales no corresponde a la población, sino a los poderes locales". (p.26) El autor también afirma que la memoria determina los referentes en que la comunidad va a fijar sus discursos identitarios, con un carácter casi totémico, pero también los contenidos mismos de los discursos.

El punto de inflexión, entre el accionar de un gobierno y la importancia que la comunidad le otorga a los diferentes bienes patrimoniales, se puede resumir en lo expresado por Prats (2005): "(...) convertir por tanto, lo que es significativamente importante para la comunidad en patrimonialmente relevante, constituye una estrategia espontánea y eficaz de preservación." (p.25) Resulta importante tener en cuenta esta definición para conocer si se ha puesto en práctica esta estrategia en el destino. Este es otro punto relevante para la investigación que puede dar la pauta del accionar de los gobiernos en la localidad en cuanto al patrimonio y los bienes patrimoniales que tienen un significado para la comunidad.

Por otra parte, pueden surgir efectos negativos. Prats (2005), afirma que: "(...) los procesos de patrimonialización a nivel local, los discursos patrimoniales, la vivencia totémica de los referentes, pueden adquirir un carácter regresivo frente a nuevas realidades sociales percibidas (...)." (p.27)

En contraposición, la puesta en valor de los referentes patrimoniales por parte de la población sigue en parte, de forma implícita, los mismos principios de legitimación que esta habrá adquirido en su proceso de aprendizaje cultural pero por otro principio adquiere un valor más relevante aún: el significado (Prats, 2005). Se debe tener en cuenta cuáles fueron las nuevas realidades sociales percibidas a lo largo del período estudiado para establecer de esa manera la influencia de los distintos procesos de patrimonialización a nivel local y el resto de las acciones que Prats menciona, para conocer los efectos negativos que esto puede haber causado en el destino. Por otra parte, en contraposición a esta definición, se deben analizar el significado que han adquirido los referentes patrimoniales por parte de la población e indagar de qué manera esto ha permitido la conservación en el tiempo de sitios que sin tener esa valoración de los locales, probablemente su conservación y simbolismo hubiera sido otro.

6. FACTORES QUE SIRVIERON DE IMPULSO PARA EL DESTINO

En este capítulo se exponen los factores - internos y externos al destino - que sirvieron de impulso en su posicionamiento como uno de los destinos turísticos más importantes de la región.

Se destacan tres factores que corresponden a diferentes situaciones externas al destino y, uno, propio del destino. Todos ellos previos al período estudiado. Se los analizó ya que de distintas maneras, su incidencia es muy importante en el transcurso de esta investigación. Además, valen de sustento para acontecimientos en los cuales se va a profundizar en los siguientes capítulos.

Es necesario generar un contexto para comprender el porqué del crecimiento exponencial en turismo de Atlántida. A su vez, se busca esclarecer cuáles eran las condiciones sociales, políticas y económicas que impulsaron el desarrollo del balneario.

Atlántida es un balneario que desde su fundación en 1911 se caracteriza por ser receptor de personas y familias que fomentaron el crecimiento del lugar. Desde el punto de vista arquitectónico Bonsignore (2011) afirma que: "(...) en los años treinta irrumpe el estilo *Art Decó* y sus indiscutibles referentes en el balneario son los hoteles Planeta Palace y Rex." (p.89) De estos dos atractivos y símbolos se realizará un análisis posterior. Esto da la pauta de la influencia que tuvo un estilo arquitectónico que había llegado para quedarse, teniendo en cuenta el diseño edilicio de sus principales hoteles, se observa el perfil que los pioneros del sector buscaban transmitir.

Pero estos estilos no se conciben por si solos y el sustento está en quienes los ejecutan y de alguna manera les dan vida propia. En esta línea Bonsignore (2011) sostiene que: "(...) por aquellos años varios constructores - en su mayoría italianos - se afincan en el balneario. Eran personas que habían aprendido el oficio de sus progenitores (...)." (p. 137)

Por tanto, es importante tener en cuenta que lo que a priori comienza a visualizarse como una serie de fenómenos aislados, luego se transforma en parte esencial del fenómeno turístico del lugar.

Bonsignore (2011) también hace referencia a que:

Entre las décadas del treinta y del cincuenta aproximadamente llega a Atlántida una corriente migratoria desde Europa. Mayoría italianos, también llegaron españoles, portugueses y rusos. (...). Entre los italianos muchos eran constructores de calidad y especialistas que complementaban el trabajo de los anteriores. (p.137)

Se profundizará en la construcción como un factor que destacó en determinado período histórico del balneario, así como su significado en lo económico y social.

En cuanto al desarrollo de la localidad, sin lugar a duda, los servicios de agua corriente, luz eléctrica y teléfono son factores a destacar. Teniendo en cuenta que para un destino receptor es sumamente importante poder brindar a sus visitantes dichos servicios. Señalando que la comunidad local también se vio beneficiada por este progreso.

Con respecto a este factor, el servicio de telefonía llegó al balneario en 1913. El Atlántida Hotel, que fue el primer hotel del lugar contaba con este servicio. González Bo (2011) comenta que "(...) por muchos años la cantidad de teléfonos era muy escasa, siendo las casas que tenían con este servicio un centro de comunicación para muchos vecinos". (p.203) Ya en 1915, por la Ley N° 5.356 se creó la "Administración General de Correos, Telégrafos y Teléfonos", estableciéndose el monopolio estatal de esas tres actividades. En 1931 comenzó el monopolio de las comunicaciones telefónicas por cable denominado "Administración General de las Usinas y Teléfonos del Estado" (UTE)⁴. Posteriormente, en 1974 con la creación de la Empresa Nacional de Telecomunicaciones (ANTEL), las competencias de UTE pasaron a ser las originales. (González Bo, 2011)

González Bo (2011) se refiere a que "(...) en el año 1932 Atlántida logra el servicio de aguas corrientes que se amplía en 1939". (p.202) Este hecho fue un gran avance para el balneario y aumentó su potencial como destino. Antes de estos acontecimientos las familias se abastecían de agua potable de los aljibes y pozos. Posteriormente en 1952 se creó la Administración de Obras Sanitarias

⁴ En adelante UTE

del Estado (OSE)⁵ por la ley N° 11.907, como servicio descentralizado del Ministerio de Obras Públicas. (González Bo, 2011)

En cuanto a la luz eléctrica, González Bo (2011) menciona que “(...) en 1932 se instaló una nueva usina para generación de energía”. (p.202) Atlántida contaba con luz eléctrica desde 1918, pero en los primeros años de la década del treinta, se logró ampliar el servicio y mejorar la atención a los usuarios.

En lo que respecta al servicio de correo, el Correo Uruguayo comenzó a funcionar en Atlántida recién en 1939.

Sin lugar a dudas, un factor que debe ser indagado es el rol del Estado en la actividad turística. Por un lado, y como antecedente relevante, se ha hecho referencia anteriormente a lo mencionado por Da Cunha y Campodónico (2012) cuando afirman que “(...) el gobierno de Batlle y Ordóñez intentaba promover la industria del turismo como parte del modelo de país industrial que sustentaría el progreso económico y social”. (p. 336) Por lo tanto, Atlántida al ser un balneario emergente no quedó al margen de esta acción. La misma se puede ver reflejada en el marco de una política turística, que al derivar de la política económica, demuestra cómo el gobierno buscaba un determinado fin. Mediante diferentes estrategias que se llevaron a cabo durante esos años, el trabajo del gobierno se dio en conjunto con actores del sector privado. Un claro ejemplo de este hecho fue la actuación del “Touring Club del Uruguay” que bregó por el descubrimiento de los recursos naturales del interior del país, las sociedades anónimas y tranviarias que impulsaron el surgimiento de los balnearios montevideanos. (Da Cunha, 2012 p.55) Otra de las acciones llevadas a cabo por esta institución fue la referida por Da Cunha (2012) quien cita un párrafo del Folleto Antecedentes sobre la organización del Primer Congreso Nacional de Turismo (1927) en donde se describe lo siguiente:

(...) la propaganda en pro del turismo nacional ha estado a cargo del Touring Club Uruguayo que ha realizado una obra muy importante para hacer conocer el país en el exterior por intermedio de su costosa revista social y un plan de excursiones periódicas, entre otras tareas (...) (p.56)

⁵ En adelante OSE

Además, el mencionado congreso buscó idear un plan para el aumento del turismo. Estas fueron distintas herramientas que sirvieron de impulso para fomentar el turismo nacional de la época. Los planes y programas ejecutados por los gobiernos y las instituciones privadas trazaron un camino a seguir. Tal es así que en 1930 se propuso crear un ente regulador de la actividad turística, un “Concejo de Turismo”. Aunque este proyecto no prosperó por diferentes razones, sirve de ejemplo para entender cuáles eran las iniciativas y el accionar del gobierno en ese momento. La acción pública se ve reflejada en esas iniciativas que surgen por parte de los gobiernos que se vincula con la gestión que realizan los mismos. Dos de los fines de la gestión pública son la mejora en los diseños organizativos y de las técnicas de gestión de dichas organizaciones. En este caso se puede relacionar con la administración de los hoteles y casinos municipales y la inspección de los hoteles particulares que pretendía llevar a cabo este concejo. Además buscaba organizar las fiestas de verano y fomentar el turismo, entre otras acciones. (Da Cunha, 2012) Estas últimas se corresponden con los diferentes procesos que la gestión pública realiza. Básicamente se pretendía mejorar la gestión de las organizaciones turísticas.

A partir de 1930 el turismo comenzó a visualizarse como una buena opción económica, teniendo en cuenta la crisis mundial de 1929 que había afectado al modelo agro exportador característico de nuestro país. La explotación del turismo era una de las herramientas para afrontar los efectos causados por esta crisis en la economía del país. Por lo tanto, el Estado impulsó al turismo como una actividad económica alternativa. A partir de allí surgen diferentes instrumentos utilizados por los gobiernos en pro del sector turístico. La importancia del turismo a nivel nacional se sustentaba en la creación, en 1931 de un organismo dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores, la Comisión Nacional de Turismo (CNT). La edición de la revista Turismo en el Uruguay fue uno de los más importantes exponentes de promoción y fomento. (Da Cunha, et al., 2012). El lugar que ocupó la CNT a partir de la década del ‘30 fue principalmente de directriz ya que se anularon intereses públicos y privados para fomentar al sector. Además, su intervención fue decisiva para solventar importantes gastos en materia de difusión y propaganda a partir de la década del cuarenta. (Da Cunha, et al., 2012) En estos aspectos se hará especial

énfasis posteriormente al analizar algunos de los factores externos al destino que colaboraron de alguna manera en su posicionamiento. Estos, en conjunto con la campaña propagandística de venta de terrenos en el balneario fueron decisivos a la hora de difundir el destino.

En 1933, mediante la Ley N° 9.133 se reglamentó el funcionamiento de la CNT. Fue un órgano desconcentrado, la creación de un organismo estatal que comenzaba a cumplir un rol fundamental en el turismo del país, era sinónimo del control del Estado trabajando en sinergia con empresarios privados.

Con respecto a las tareas llevadas a cabo por la CNT, Da Cunha et al., (2012) afirman que:

(...) entre las funciones que se confirieron a la nueva estructura, según su artículo 8º, se encontraba la de ajustar servicios y precios de hoteles, vapores, ferrocarriles, ómnibus, taxis u otros medios de transporte; coordinar con la policía la seguridad y orden de los espacios turísticos, organizar campañas de propaganda en el exterior, realizar concursos fotográficos con el mismo destino, mantener y mejorar los sitios frecuentados por los turistas, estimular el desarrollo de las empresas de hospedaje y de transporte, fomentar la instrucción profesional, turística y hotelera, unificar los precios de los servicios de la misma categoría en cada localidad, acordar con las distintas empresas las tarifas y controlar su correcta aplicación, realizar la propaganda dentro y fuera del país, organizar el programa de fiestas y atracciones culturales y deportivas, preparar las cifras de visitantes en cada punto turístico. (p.39)

En este contexto es oportuno reiterar lo mencionado por Díaz Pellicer (2012, citado por Quintana 2018, p.40) quien destaca que de 1930 a 1942 las medidas se centraron en fomentar la construcción de hoteles, de paradores, y de obras de infraestructura.

Justamente Bonsignore (2011) cita a Da Cunha (1996) quien expresa que "(...)" a partir de 1933 el Estado comienza a impulsar el turismo a través de facilidades a privados para la construcción de nuevos hoteles." (p.89) Estas políticas y acciones ejecutadas en el país durante los años previos al período estudiado son sumamente relevantes para la investigación. Se debe tener en cuenta que en los años posteriores se construyeron los hoteles más importantes de Atlántida. Asimismo los acontecimientos y la gestión de los diferentes atractivos están directamente vinculados con dichas actividades estatales. En relación a este tema, es oportuno comprender de qué manera este organismo estatal

realizó las tareas referidas anteriormente. Debido a las acciones perjudiciales de algunos comerciantes de los diferentes balnearios, que vendían sus productos a precios excesivos, la CNT comenzó a fiscalizar las tarifas hoteleras y del abasto y precio de los bienes de primera necesidad. Inspeccionaba los hoteles para fijar tarifas y solicitar modificaciones en su infraestructura. Como a cada acción le corresponde una reacción, la disconformidad de los propietarios hoteleros no se hizo esperar. Estos no mostraron interés en cooperar con el organismo, justificando que este debería ser un protector y no un fiscalizador rígido para con ellos. Por lo tanto, se solicitó una modificación en la Ley orgánica del instituto, por parte del administrador de la Oficina Nacional de Turismo, otorgándoles ventajas a los industriales que cumplieran las obligaciones correspondientes en beneficio general. Había hoteles de precarios servicios que cobraban precios a la altura de los hoteles de lujo. (Da Cunha et al., 2012)

Para finalizar este capítulo y comenzar en el análisis de los diferentes aspectos que hicieron al desarrollo del turismo en el balneario es importante haber comprendido estos tres factores analizados. Probablemente, el contexto político sea el más importante desde la óptica del desarrollo turístico fomentado en el destino, que va a impactar directamente en diferentes factores. Aunque, el factor arquitectónico y lo que tiene que ver con los servicios que se ofrecían en esa época (teléfono, agua corriente, luz eléctrica) son muy valiosos. Por un lado, la arquitectura forjando un perfil y una imagen de la época y los servicios también siendo parte del desarrollo de la localidad.

7. PRINCIPALES ACONTECIMIENTOS EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DEL BALNEARIO

Se investigó acerca de los acontecimientos más relevantes en la actividad turística del balneario. Para ello se tuvo en cuenta el reconocimiento de los hechos que marcaron al destino de diferentes maneras y que hicieron del mismo uno de los más consolidados de la región. A su vez, se destacan otros acontecimientos que indican la pérdida de valor de sus atractivos y de qué manera afectaron en su crecimiento y desarrollo. Algunos de estos se abordarán posteriormente en el análisis de la gestión pública y privada de los atractivos y en los factores internos y externos del destino que marcaron una tendencia en su desarrollo.

Atlántida era un destino que se destacaba principalmente por ofrecer al turista un servicio de alojamiento de buen nivel, teniendo en cuenta que contaba con dos hoteles que hasta el momento estaban a la altura del lugar. Por un lado, se encontraba el Atlántida Hotel inaugurado en enero de 1913 y, por otro, el Hotel Mercedes, un hotel céntrico fundado en 1923.

En 1935 se vaticinaba que la oferta turística y, sobre todo, la calidad de los servicios ofrecidos comenzarían a crecer exponencialmente. Justamente en ese año, Natalio Michelizzi, un empresario italiano, radicado en estas tierras desde el principio de la década de 1930, adquiere el primer terreno en Atlántida. Bonsignore (2011) describe este hecho de la siguiente manera:

Michelizzi adquiere el primer terreno en Atlántida en 1935, según se comprueba en los registros contables de la Territorial Uruguaya. El solar de una manzana de extensión, se encontraba en la esquina de la calle N°22 y la rambla, justo al borde del barranco que lo separaba del Atlántida Hotel. (p.98)

Este no es un hecho casual, teniendo en cuenta la localización del terreno, frente a la playa y a escasos metros del centro del balneario y la proyección que este empresario tenía para con el mismo.

En cuanto a este último punto, Michelizzi como buen emprendedor y hombre de negocios que era, inmediatamente comenzó la construcción de un hotel que a la postre sería el más importante del balneario.

Figura 1. 1936. Planeta Palace Hotel en construcción.



Fuente: Bracco, M y Porta, O (2011)

La misma fue encomendada a la empresa García Otero, Pérez Butler y Paganini, y en seis meses, trabajando día y noche se inaugura en 1937. Ejemplo de la arquitectura Art Decó y en particular de la vertiente náutica

La capacidad hotelera de la época era insuficiente a la demanda. (González Bo, 2011) En este aspecto, es interesante destacar el pensamiento de Michelizzi quien hacía referencia a que existía una demanda turística internacional que era mayor a la oferta hotelera existente en el momento. (Bonsignore, 2011)

Esto refleja claramente la visión de futuro que poseía este pionero y, por otra parte, la apuesta al potencial turístico del territorio. Además del aprovechamiento de los recursos naturales propios de este lugar. Más adelante, en el capítulo referente a la gestión de los atractivos del balneario se analizará con detalle este punto.

Si se tienen en cuenta las políticas llevadas a cabo por el Estado a través de la CNT en ese momento se vislumbra que una de las herramientas para que se hiciera posible este tipo de emprendimientos fue la ley del 14 de agosto de 1935, por la cual se destinaron un millón doscientos mil pesos “(...) para la formación de un fondo para el otorgamiento de créditos especiales en dinero y efectivo hasta \$ 200.000 para la construcción y ampliación de hoteles (...)” (Da Cunha et al., 2012, p. 54) Teniendo en cuenta también que a partir de 1933 se autorizaron

préstamos para la construcción de hoteles y la ley de 1935 de revalúo de la moneda nacional que destinó más de un millón de pesos para la hotelería. (Da Cunha et al., 2012)

Según Monfort Mir (2000), "(...) las particularidades del sector turístico, en definitiva, lo hacen especialmente receptivo a numerosas políticas instrumentales." (p.13) Esto explica las políticas mencionadas anteriormente, además, el autor hace referencia a que existen políticas turísticas diseñadas específicamente para la promoción o las ayudas encaminadas a mejorar las condiciones competitivas de los diferentes establecimientos turísticos (hoteles, campings, apartamentos, agencias de viajes, etc.).

Por otra parte, el autor nombra diferentes objetivos referentes a las políticas turísticas, entre los cuales se encuentra "(...) progresar en el desarrollo y equilibrio regionales" (p.4), el cual se puede conectar a la actuación que tuvo el Estado en ese momento, ya que se enfocó en el crecimiento de la región mediante una ayuda económica al turismo.

En cuanto al transporte, a partir de 1935 la Estación de ferrocarriles "Las Toscas" pasó a llamarse "Estación Atlántida". Pertenecía a la estación de ferrocarril Uruguay del Este y dentro de ésta, la línea de Empalme Olmos a La Sierra en el departamento de Maldonado. En este sentido González Bo (2011) sostiene que:

De este modo, hasta la década del 50, el del ferrocarril fue el único puente que permitía el cruce sobre el arroyo Solís Chico, cercano a la costa. El tren era el medio más cómodo para llegar a la zona para quienes venían de Montevideo, Pando o Maldonado." (p. 51)

En 1936 fue inaugurado el Hotel Rex, enclavado en un lugar excepcional, frente a la Playa Brava y a pocos metros de la arena y del agua, nació este ícono del balneario, por el esfuerzo de cuatro socios (Pedro Gandini, José Guerrero, Vicente Bayarres y Weingberg). Sobre este emprendimiento un artículo de la Revista "Turismo en Uruguay" de 1936 expresa que: "Fue comparado con los principales balnearios españoles de la época, siendo el único en el Uruguay con características similares a los europeos que atraían turistas de determinadas clases". (citado en Bonsignore, 2011, p.90)

Figura 2. Rex hotel, frente a la playa “Brava” de Atlántida.



Fuente: Bracco, M y Porta, O (2011)

Este acontecimiento claramente marcó un antes y un después en cuanto al nivel de los turistas que comenzarían a llegar al balneario. Las clases altas y apoderadas montevideanas y bonaerenses serían piezas claves en la prosperidad turística de aquellos años.

El potencial atractivo del balneario provocó que muchas personalidades visitaran el lugar y se hospedaran en hoteles como el Planeta Palace Hotel. Tal es así que en el verano de 1938, a un año de su inauguración, recibió la visita del presidente Gabriel Terra. Para cualquier destino turístico que se encuentra en crecimiento es importante recibir este tipo de visitas, ya que las vacaciones de las personalidades marcan tendencia en el ideal de los potenciales turistas que eligen un destino para visitar en su tiempo libre. Seguramente su visita tendría que ver con diversas razones que no corresponden a éste análisis, pero es importante destacar que fue un hecho significativo que se complementó con la visita de personalidades de diversas áreas.

Los siguientes acontecimientos serán analizados en conjunto, ya que por un lado se dieron en el mismo año y, por otro, se centralizan en la figura de Michelizzi, en quien se pone foco debido a su accionar. Se profundizará en el rol que ocupó en el desarrollo del sector, además de estudiar su función como empresario y negociador que permitió dar un salto de categoría al balneario.

De acuerdo a lo señalado por Leitch (2012): “En la mayoría de los balnearios se pueden identificar personajes históricos que contribuyeron a consolidarlo como tal, o ya son parte de su leyenda”. (p.307) En este caso, se analizan tres situaciones que se vinculan entre sí. El año al que se hace referencia es 1939, en el cual Michelizzi compró mediante un préstamo de \$ 450.000 otorgado por el Banco Italiano del Uruguay⁶ todos los terrenos no fraccionados de Atlántida a la Territorial Uruguay que desde 1925 se encontraba en una situación de estancamiento económico. Sumado a esta acción, una gran estrategia de Michelizzi fue la de editar en Argentina folletos informando a potenciales turistas interesados en vacacionar en Atlántida, que este balneario se había transformado en una elegante villa veraniega y sus tierras habían pasado a depender del Planeta Palace Hotel. (Bonsignore. F, 2011) Se observa que actuó con gran inteligencia, propia de un hombre de negocios astuto y visionario, y que tenía claro el poder de la folletería en el turismo.

Tanto los folletos como las Guías de Turismo fueron publicaciones importantes para la época. Estas últimas contenían información para turistas y viajeros con mapas, rutas tarifas y horarios de ómnibus, barcos, aviones y otra información disponible. (Da Cunha et al., 2012) Dichos recursos también fueron utilizados por Michelizzi quien apuntaba a un público específico independientemente del alcance que pudiera tener. Se tiene en cuenta que a partir de 1935 se incrementaron los viajes hacia el Uruguay que aludió a la integración de nuevos sectores sociales al turismo regional. (Da Cunha, 2012) En este caso puntual el público que buscaba atraer principalmente el empresario eran las familias argentinas o montevideanas de alto poder adquisitivo.

En este sentido, en el mismo año se identifica el comienzo del rubro inmobiliario en Atlántida, de la mano del propio Michelizzi y Viña. En los folletos anteriormente mencionados había un mensaje claro para los inversores a los cuales se les ofrecía una rentabilidad sobre la inversión de entre un 15% y un 20%. Mediante la compra de un lote y su edificación estos se aseguraban ese porcentaje. La condición era realizar la compra en los meses de verano. (Bonsignore, 2011) En cuanto a esto, Da Cunha et al., (2012) explican que:

⁶ En adelante BIU

Asimismo se agrupan en una coyuntura en la cual la promoción turística del país y, por tanto la folletería, guardan dependencia con la realización de las grandes obras arquitectónicas realizadas o con los procesos de loteos, ambos con fines turísticos. En este sentido se destaca la conjunción entre promoción turística y promoción en la venta de terrenos en balnearios con particular énfasis en los departamentos de Canelones, Maldonado y Rocha. (p.63)

En relación a esta temática se expone el testimonio de Nelly Lozano Guardia:

(...) era Miguel Viña Minetto quien vendía terrenos del fraccionamiento de Michelizzi y más adelante casas (inmobiliaria Viña, pionera en el balneario). En esa época, las familias argentinas o de Montevideo que llegaban, eran numerosas porque venían con choferes, niñeras, cocineras, mucamas, más todos los que fueran. (citado por Piriz, 2011, p.103)

Se destaca, por un lado, la generación de empleo a residentes en este caso el Sr. Viña y además la dimensión del impacto que tenía la llegada de cada familia al balneario.

El 1939 también fue el año en el cual se inauguró el Golf Palace Hotel y Casino (anexo del Planeta Palace Hotel). Se posicionó como la torre más alta del balneario. "Su construcción fue exigida en base a la continuación del proyecto de Michelizzi, que significaba la apertura de un Casino. Además esto incrementaría la capacidad del hotel". (Bonsignore. F, 2012, p.102)



Fuente: Bonsignore, F (2011)

Figura 3. El casino y al fondo el edificio anexo al Planeta Palace Hotel ya terminado, a principios de los años cuarenta.

Sin lugar a dudas, un gran incentivo para el aumento del flujo turístico fueron los casinos. Más aún si en Argentina existía una legislación predominantemente represiva la cual motivó a los argentinos a viajar a Uruguay para realizar apuestas y juegos de azar. Da Cunha (2012) afirma que: “La gradual instalación de casinos en todo el país diversificó la oferta turística basada en la explotación de recursos naturales.” (p.47)

Uno de los impactos que genera el turismo es el denominado “efecto derrame” que se provoca en diversas actividades. En este caso, Piriz (2011) menciona a Juana Pagano, una señora residente del balneario que “(...) alquilaba piezas para empleados de Casinos del Estado que abría en verano solamente.” (p.57). Luego continúa narrando que algunos de ellos se hospedaban las temporadas enteras. También lo hacían otros trabajadores de diferentes rubros que venían a hacer la temporada en el balneario.

Según sostiene González Bo (2011) un acontecimiento importante sucedió en 1940, cuando Atlántida fue declarada “Centro Poblado”. Quizás no sea adecuado denominarlo de importancia turística pero si cabe señalar que fue un paso más en la rica historia del balneario. Esta declaración tuvo lugar el 5 de diciembre de 1940 junto con La Floresta y Costa Azul.

En la temporada de ese mismo año, Atlántida desbordaba de gente, teniendo al Casino como su principal atracción y era considerado un balneario de primer nivel por su elegancia y gran categoría. Como ejemplo de ello, se cita una crónica del Diario “El País” de 1940:

Ha de ser seguramente este verano el sitio predilecto de nuestra sociedad, no solo por las comodidades que ofrece, sino también por lo divertido que ha de resultar en menos de una hora de viaje desde el centro encontrarse en una pintoresca playa, en pleno mar y con perspectivas mundanas bien halagadoras. (citado en Bonsignore, 2011, p.103)

La temporada de 1943-44 estuvo marcada por la filmación de la película “La casta Susana” con Mirtha Legrand, quien es una recordada figura entre los veraneantes de Atlántida. Filmó 36 películas en su carrera y una de ellas fue la recientemente nombrada en el balneario, dirigida por el español Benito Perojo. (González Bo, 2011) Este hecho se ve reflejado con el testimonio de Mary

Alvariza: “Yo vi filmar “La casta Susana”, con Mirtha Legrand en el hotel Planeta. La recuerdo muy bien: una rubia alta, de pelo muy largo bajando por las escalinatas bordeadas de hortensias (...).” (citado por Piriz, 2011, p.126)

Este no es un hecho aislado, ya que el éxito de aquellas temporadas fue tal que como menciona Bonsignore (2011): “(...) atrajo a muchos famosos, principalmente de la Argentina.” (p.105) Allí se dieron muchas historias y anécdotas que crearon un imaginario de un destino que en aquel momento era frecuente para la farándula del país vecino y de otros países. Algunos de ellos fueron Zully Moreno, Conchita Piquer, Tita Merello, Amelia Bence, Delia Garcés, Luis Sandrini, entre otros.

Sin duda, una de las construcciones emblemáticas de Atlántida fue La Quimera de Michelizzi. Popularmente conocida como “El Águila”, esta obra comenzó a ser construida en 1945 y finalizó en 1948. Al principio sería simplemente una especie de gruta con una Virgen para que las mujeres llevaran flores y rezaran, pero en realidad se trataba de un regalo por parte del italiano a su pareja y compañera de vida Marcela Benincampi. Constaba de una edificación elevada del terreno, cercana a un barranco costero, con una habitación, cocina y un baño, en donde Michelizzi recibía a sus amistades y pasaba tiempo con su familia. Estaba revestida con una cabeza de águila de piedra y debajo de esta se realizó una construcción con forma de bote. (Bonsignore, 2012)

Para dimensionar el valor real que tuvo para el italiano y su familia, resulta oportuno citar el testimonio de Juan Torres -constructor de “El Águila”- : “A ellos les gustaba sentarse allí sentirse como reyes en su palacio, alejados de la gente”. (González Bo, 2011, p.180).

Entre los terrenos no loteados que Michelizzi le había comprado a la Territorial Uruguay en 1939, se encontraba la que en ese momento fuera una de las mejores canchas de golf de Sudamérica. En ese momento, sus instalaciones eran sencillas y contaba apenas con un club house de troncos de madera y techo de quincha. El italiano dio al lugar el mantenimiento necesario durante la primera mitad de los años cuarenta, sin perder de vista que este era uno de los principales atractivos del balneario, aunque enfocándose en ese momento a

desarrollar al máximo el potencial del Planeta Palace Hotel y potenciar Atlántida a nivel internacional.

En 1946 Michelizzi concentró su atención en el nuevo gran proyecto del balneario: la construcción de un ambicioso centro polideportivo y social: “Campo de Juegos Club”. Primeramente, se construyó la Casa de Juegos, que se inauguró en 1947. A pocos metros de la sede se construyó el nuevo club house, que permitió que los golfistas tuviesen las instalaciones adecuadas. El viejo quincho de madera que operaba de club house, siguió funcionando como el bar Hoyo19, manteniendo el toque rústico que lo caracterizaba y donde los golfistas podían hacer una pausa a su juego. (Bonsignore, 2011)

Figura 4. Juego de golf en la cancha de 18 hoyos del “Campo de Juegos Club”.



Fuente: Bracco, M y Porta, O. (2011)

En 1947 surgió la LIFA, cuyo fin era generar o auspiciar cualquier actividad que impulsara el desarrollo del balneario. Esto se puede considerar una respuesta a la creación del Campo de Juegos Club, entre otros emprendimientos liderados por Michelizzi. Entre otras tareas, la LIFA era la institución local encargada de vincularse con distintos organismos nacionales y departamentales con el fin de recuperar parte del estatus perdido. Algunos ejemplos fueron: la red de saneamiento del balneario, el servicio de agua corriente, la pavimentación de las calles, la limpieza de los espacios públicos, la iluminación, y establecimiento

de un servicio de ómnibus a través de un convenio con Copsa⁷. (Bonsignore, p.123)

Figura 5. Bono por valor \$1000 para capitalizar la LIFA en 1947.



Fuente: Bonsignore, F. (2012)

Transcripción del texto principal del documento en Bonsignore (2011):

VALE por la cantidad de un mil pesos que la Liga de Fomento de Atlántida pagará al Sr..... el día 31 de Diciembre del año 1955, más el 5% de interés anual. La Liga de Fomento de Atlántida se reserva el derecho de amortizar, dentro del término fijado y en la forma que lo crea conveniente, total o parcialmente la deuda antes expresada. A esos efectos y todos los derivados de este documento, el Sr. fija un domicilio en la calle..... y la Liga de Fomento de Atlántida en el Balneario Atlántida en el Dpto. de Canelones. En todos los casos regirán las disposiciones que figuran al dorso. (p.124)

⁷ Compañía de Ómnibus de Pando S.A.

Figura 6- Afiche promocional “Playas de Canelones de COPSA. Verano de 1947.



Fuente: González Bo, A. (2011)

Ese mismo año, la Comisión Directiva de la LIFA, se abocó plenamente a la construcción de un Country Club, teniendo en cuenta que en ese año bajo el impulso de Mauricio Litman, se había inaugurado en Punta del Este, el Cantegril Country Club. (Bonsignore, 2011)

En 1948 Michelizzi creó el barrio residencial Golf en los alrededores al Campo de Juegos, en vistas de que este lugar se había transformado en un fuerte polo de atracción. Los terrenos eran ofrecidos en Buenos Aires. (Bonsignore, 2011) Este acontecimiento está relacionado con el fraccionamiento y venta de terrenos que a partir de 1939 realizaba el italiano junto a Viña y que impulsaron el sector inmobiliario en Atlántida.

Esto repercutió en la vida de muchos de los residentes de Atlántida y sus alrededores. Rosa Gutiérrez, una vecina que reside en Estación Atlántida desde los 14 años recordó que: “Acá había solo barrancos, montes y algunos ranchos todos se venían a radicar porque comenzaba a haber mucho trabajo”. (Píriz, 2011, p.43) Ella además afirmó que el trabajo se hacía visible también en la cancha de golf: “En esa cancha de golf tan grande que había les pagaban muy bien a los muchachos que cargaban los palos de golf, los caddies; aquello era divino, ver tanto movimiento, tanto trabajo para todos!” (p.43)

La importancia a nivel nacional del Campo de Juegos lo coronó en 1950 como uno de los seis clubes fundadores de la Asociación Uruguaya de Golf (AUG)⁸. También en ese año se realizó el acto de colocación de la piedra fundamental del Country Club, lo cual tuvo gran repercusión en los medios. Figuras de los poderes nacionales y departamentales, prensa oral y escrita, vecinos, entre otros. Una crónica del diario “El Plata” remarcaba: “(...) la cristalización de un proyecto concebido hace varios años por un grupo de vecinos que quisieron dotar a este espléndido balneario de un centro social y deportivo de real jerarquía”. (Bonsignore, 2011, p.129) Ese mismo diario sostenía que el Country Club se convertiría en un centro de atracción del turismo nacional y extranjero debido a su jerarquía. Para enero de 1951 la obra del Country Club estaba terminada. La directiva de la LIFA organizó un espectáculo de gran jerarquía para su inauguración: “Las repercusiones en los medios acabarían siendo muy positivas. La popular revista Mundo Uruguay titulaba en un artículo a 2 páginas “Fue brillante la inauguración de Country Club de Atlántida.” (Bonsignore, 2011, p. 130)

Uno de los principales llamadores de turistas internacionales al balneario fueron los certámenes de belleza. Estos espectáculos se transforman en un referente para un destino si su realización es realmente buena y se consigue el apoyo de diferentes patrocinadores para hacerla realidad. Además de realizar negociaciones fuertes con estos. Con respecto a dichos certámenes Bonsignore (2011) relata que:

A lo largo de las siguientes temporadas, el Country Club siguió concentrando más y más la vida social del balneario. La aparición de los certámenes de belleza fue seguramente el trampolín definitivo hacia la consolidación como uno de los más distinguidos centros sociales del este uruguayo. (p.131)

⁸ En adelante AUG

Figura 7. Desfiles de Miss Uruguay realizados en el Country Club de Atlántida de 1951 a 1956. En la Primer foto Miss Uruguay 1954.



Fuente: Bracco, M y Porta, O. (2011)

Para llevar adelante los certámenes de belleza se realizó una alianza estratégica con Radio Carve, que consistía en ofrecer el 50% de descuento en el alojamiento de los miembros del jurado en los distintos hoteles de Atlántida a cambio de publicidad radial.

A diferencia de los concursos de belleza de la actualidad, el evento duraba cuatro días. Al año siguiente, en 1953, el evento duraría nueve días. El programa de fiestas asociado al concurso incluía: actividades deportivas, conciertos, bailes, torneo de rummy, etc. Los medios locales llegaron a realizar análisis de los desfiles que se asemejaban a la crónica de un partido de fútbol. (Bonsignore, 2011).

Si de algo carecía el Country Club, era una sala de cine para sus socios. En consecuencia surgió en 1954 por parte de la “Sociedad Anónima Impulsora de Atlántida”, la construcción de un “Cine-Teatro”. Ni más ni menos que un espacio multicultural que habría de instalarse en una ubicación privilegiada, en pleno centro de la localidad. Contaba con una sala principal de 16,40 metros y una capacidad prevista en 670 cómodas plateas “pullman” que durante las obras se

amplió a 760 butacas. Una amplia pantalla de revolucionaria tecnología, presentada en Estados Unidos en 1953. Se incluyó un escenario con trastienda de teatro, para albergar grandes conciertos y representaciones teatrales. En 1955 quedaría inaugurado gracias al apoyo de importantes firmas cinematográficas.

Claramente la década del '40 había visto el auge de este destino y los comienzos de la década del '50 vaticinaban un pronóstico aún mejor de lo que estaba sucediendo. Pero algunos acontecimientos marcarían lo que sería el derrumbe y la posterior caída de la fuerte actividad turística en Atlántida.

Al comienzo de esta década, precisamente en 1950, el Hotel Mercedes dejó de funcionar. Fundado en 1923 por Gabriel Liberatti, este complejo habitacional recibía muchísimos turistas de procedencia extranjera, principalmente ingleses. El servicio y la comida hacían que fuese un hotel muy reconocido - factor que elevaba el posicionamiento del balneario - teniendo una cocina muy famosa en la época. Pasó a ser regentado por los hijos de Liberatti y finalmente dejó de funcionar en el año 1950. (González Bo, 2011)

Tres años más tarde, el 30 de junio de 1953 muere inesperadamente Natalio Michelizzi a sus 58 años. María Bruni, quien era la esposa legal de Michelizzi, viajó a Uruguay inmediatamente sin conocer gran parte del imperio que el italiano había forjado en Atlántida. Se insinúa que las principales razones del viaje eran económicas, ya que el empresario siempre había sido el sustento para su esposa legal a pesar de la distancia. A su vez, Atlántida se transformó en el único sustento de su compañera de vida Marcela Benincampi y su familia.

Antes de la muerte de Michelizzi, todas las propiedades estaban a nombre de diferentes sociedades anónimas (NITI S.A. y Los Pinos S.A.). Esta situación generó cambios en cuanto a la titularidad de las sociedades, quedando a nombre de un amigo de la familia de Marcela Benincampi. De esta manera, se evitaron cualquier tipo de reclamo de la viuda de Michelizzi, quien igualmente recibió algunos terrenos.

Marcela Benincampi quedó como la principal propietaria de tierras en el balneario y al frente del hotel y el club, siendo éstas las tres fuentes de ingreso

para ella y su familia (venta de terrenos, administración del Golf Palace Hotel y del Campo de Juegos Club). Sin las ideas y el espíritu emprendedor de Michelizzi, Benincampi, a pesar de ser una gran administradora, no logró continuar con la obra de su compañero. (Bonsignore, 2011)

Este acontecimiento en particular marcaría un antes y un después en la historia del turismo de Atlántida y desencadenaría diversos factores que serán analizados más adelante para explicar de qué manera afectó al balneario. Sin ir muy lejos, también se observa cómo se produjo en el mismo año el deterioro de la Quimera y la posterior transformación del Planeta Palace Hotel en edificio de apartamentos.

Se señala que tras la muerte de Michelizzi, Benincampi decidió cerrar con llave la Quimera y nunca más volvió a entrar al edificio. Durante muchos años la construcción permaneció clausurada sin mantenimiento alguno.

La erosión constante del Río de la Plata, provocó el retroceso del barranco costero, lo que derivó en que la cabeza del Águila fuera quedando cada vez más cerca de la playa.

Turistas y locales que desconocían la historia del lugar, se sorprendían con la extraña figura, muchos escalaban hasta ella, invadiendo la propiedad.

Fue víctima de inevitables robos, hasta principios de los '70, mantenía el mismo aspecto que cuando fue cerrada en 1953. El hijo de Benincampi terminó retirando todos los bienes que quedaban dentro de la edificación.

Miembros de la Junta Departamental solicitaron al hijo de Benincampi la donación de La Quimera al Estado. Luego de muchos años de insistir la emblemática construcción fue cedida al Estado por parte de Rodolfo Lastreto, cuando los efectos de la erosión eran evidentes e irreversibles.

Un temporal en el verano del '84 terminó llevándose parte de la barranca que sostenía la proa del barco con doble espolón, que caía sin remedio a las arenas de la playa Mansa. (Bonsignore, 2011) De aquí se desprende lo expresado por González Bo (2011) quien sostuvo que: "(...) hoy día parte de la base con forma

de barco de la construcción se ha derrumbado, por la erosión de la barranca”.
(p.180)

Figura 8. Los restos de la Quimera en avanzado estado de abandono.



Fuente: Bonsignore, F. (2012)

No solamente estos dos emblemas del balneario vieron su fin como tales (al menos de las funciones para las cuales fueron contruidos), también se sumaba el cierre del Golf Palace Hotel. Bonsignore (2011), se expresa claramente cuál era la situación del anexo que se había construido para el Planeta Palace Hotel en los últimos años de este icónico alojamiento: “Si bien la intención inicial era que todo siguiera funcionando como siempre, las circunstancias lo impedían. El turismo argentino que antes llegaba en grandes caudales se había retirado, provocando que el hotel debiera cerrar sus puertas durante algunas temporadas.” (p.162)

Además parecía que la naturaleza estaba jugando en contra de la prosperidad turística de Atlántida en aquél entonces. Cinco días antes del fallecimiento de Michelizzi, debido a un violento temporal que llegó a las costas del balneario “El Pacú” y “El Hongo” quedaron completamente en ruinas (Bonsignore, 2011). Estas construcciones estaban pensadas por Michelizzi con el fin de brindar los servicios en la playa a los turistas que se hospedaban en sus hoteles. Eran

paradores exclusivos de los veraneantes asiduos al Planeta Palace Hotel y su anexo.

Luego de la caída de Perón en Argentina en 1956 y el levantamiento de las restricciones a los turistas argentinos, el hotel reabrió. En 1957 solo contaba con el servicio de desayuno, sin restaurante.

El 1958 sería el último año del Golf Palace como Hotel, cuando pasó a ser vendido como propiedad horizontal. (Bonsignore, 2011)

En la temporada de 1962, se dio el cierre del Atlántida Hotel. El cual había sido el primer hotel del balneario, que data de 1913. Fue construido por parte de la Territorial Uruguay, para acoger turistas y a las familias de los pioneros que por aquella época construían sus casas. (Bonsignore, 2011) Si bien este hotel fue trascendental para que comenzara la actividad turística en Atlántida, pudo haberse visto opacado con la construcción de los nuevos alojamientos.

Un acontecimiento que seguramente no haya incidido fuertemente en la actividad turística de la localidad en aquel momento pero que estableció un símbolo arquitectónico y religioso para Atlántida fue la construcción de la Iglesia “Cristo Obrero Nuestra Señora de Lourdes”. La obra que comenzó en 1958 y culminó en 1960, generó repercusiones en todo el mundo. Los comentarios causados por esta magnífica construcción de Eladio Dieste⁹ no solamente fueron por parte de los entendidos de nuestro país; recibió elogios de muchas personalidades venidas de distintas partes del mundo. (Bracco y Porta, 2011) Recién a partir de 1990 la obra de Dieste comenzó a ser conocida en España y es en 1998 cuando se logró su activación patrimonial de la cual se detallará posteriormente.

⁹ “Eladio Dieste Saint Martín nació el 11 de diciembre de 1917 en Artigas, Uruguay. (...) Se graduó de ingeniero en la Universidad de la República en 1943. (...) Hasta 1947 trabajó en el Ministerio de Obras Públicas llegando a ser Ingeniero en Jefe de la oficina técnica. Entre 1945 y 1948 se desempeñó como ingeniero para la firma Christiani y Nielsen, una de las más prestigiosas empresas de cálculo y construcción de grandes obras, con numerosas realizaciones en Latinoamérica. (Bracco y Porta, 2011, p.134)

Se especializó en la técnica de “cerámica armada”, fundando en 1956 la empresa DIESTE Y MONTAÑEZ S.A. que lo califican como una figura central de esta técnica constructiva a nivel mundial.

Falleció el 19 de julio de 2000, habiendo realizado más alrededor de 200 obras de cerámica armada en América Latina y 5 en España. (Bracco y Porta, 2011)

Figura 9. Dieste observa el proceso de construcción de la iglesia. En la siguiente imagen, la iglesia ya terminada, se observa su interior



Fuente: Bracco, M y Porta, O. (2011)

8. GESTIÓN DE LOS ATRACTIVOS DEL BALNEARIO

Para abordar este capítulo se retoma lo expresado por Prats (2005) acerca del patrimonio local y el patrimonio localizado. Por un lado, para diferenciar ambos conceptos y, por otro, para introducir en este trabajo a la gestión pública que tendrá como primer punto de análisis la franja costera.

El autor lo explica de la siguiente manera: “(...) el patrimonio local está compuesto por todos aquellos objetos, lugares y manifestaciones locales que en cada caso guardan una relación metonímica con la externalidad cultural.” (Prats, 2005, p.24) En cuanto a patrimonio localizado sostiene que: “(...) es aquel cuyo interés trasciende su ubicación, puede provocar por sí mismo flujos de visitantes.” (Prats, 2005, p.24) Entonces resulta importante tener claros estos conceptos a la hora de la explotación turística de un destino que busca generar divisas.

Además del atractivo propio que es capaz de generar el patrimonio localizado como tal, existen otros factores de los cuales éste depende. Se habla del interés social, la capacidad de atracción intrínseca del propio bien, la ubicación respecto al mercado emisor de visitantes, la infraestructura turística existente, su comercialización como producto turístico, su inclusión en productos turísticos más amplios y el régimen de visitas - explotación que la propia naturaleza del referente patrimonial localizado comporte. (Prats, 2005)

8.1. Gestión pública

En cuanto a la forma de implantación de las políticas turísticas para la gestión pública del turismo, Velasco (2016) expresa que: “Una vez determinados los grandes objetivos políticos, diseñadas e implantadas acciones que denominamos políticas o programas, o aprobado un instrumento concreto de planificación turística, toca el turno a su implantación.” (p. 582) Esta gestión se vio reflejada en la franja costera de nuestro país ya que a partir de la primera década del siglo XX habían comenzado a construirse las diferentes ramblas y se rodearon de barrios. (Da Cunha y Campodónico, 2012) Esa no fue la excepción en Atlántida que desde 1913 comenzó a disponer de una rambla rodeada por las casas de los pioneros y la flamante hotelería.

Figura 10. Vista de la rambla sobre la playa “Brava”. Se aprecia en toda su dimensión el Hotel Rex y algunas residencias.



Fuente: Bracco, M y Porta, O (2011)

En contraposición a estas políticas en pro de la gestión de los atractivos públicos, una serie de acontecimientos se venían sucediendo en la franja costera desde su ocupación. Por lo tanto, se investigó al respecto y se extrajo un fragmento de la serie “Los Departamentos” de Nuestra Tierra en su edición especial del departamento de Canelones de 1970. En la misma se hace referencia al estado de la costa del departamento y una descripción detallada de sus principales características enmarcadas en el período de tiempo que abarca este trabajo. Allí se expresa lo siguiente: “(...) han retrocedido las barrancas, se han fragmentado puntas pedregosas, vegetación primitiva modificada por el hombre, médanos fijados con pinos marítimos y acacias. Vegetación psamófila de margarita de los arenales, pasto dibujante, etc.”. (García y Sánchez, p.50) En este sentido, la domesticación de la naturaleza a través de la forestación masiva logró revertir el temor que provocaba el mar y las dunas. (Leich, 2012)

Además a partir de estos problemas existentes, en el caso de la playa de Atlántida se tuvieron que construir espigones para contener la arena, situación que fue claramente perjudicial para la llegada del turismo a las costas del balneario. Bonsignore (2011) comenta al respecto: “La playa mansa de Atlántida

padecía también sus propios problemas donde según estudios que se habían dado a conocer, se perdía medio metro de costa por año. (p.169)

A nivel nacional el tema se trató en la denominada “Conferencia Interdepartamental Pro - Defensa de nuestras costas balnearias” en 1931. Con la conciencia de que “(...) los recursos naturales debían ser preservados de la erosión natural y del desarrollo turístico sin planificación”. (Da Cunha, 2012, p.56) En esta conferencia participaron delegados de los municipios de Canelones, Colonia, Maldonado, Rocha y San José.

Parece que en Atlántida el desarrollo turístico sin planificación siempre ha ido de la mano con los problemas no resueltos de erosión natural. Ambas cuestiones responden a una situación de abandono político nacional y departamental. Godfrey y Clarke (2000) afirman que: “La planificación es un concepto clásico en los estudios de turismo. Para algunos autores sería un proceso racional y ordenado para alcanzar crecimiento o desarrollo turístico”. (en Velasco, 2016, p.583)

Para tener una idea de lo que sucedía al respecto en el balneario, Bonsignore (2011) lo relata de la siguiente manera:

En la década del cuarenta el desarrollo del balneario se había basado en el impulso privado, principalmente el de Natalio Michelizzi. La falta de inversión pública se hacía muy evidente. Esto entre otros factores precipita en 1947 la creación de la Liga de Fomento de Atlántida, que bregó por el progreso del balneario, con muchas batallas ganadas pero también otras tantas perdid~~a~~s en su haber. (p.166)

Una década después, a mediados los cincuenta, la falta de mantenimiento en el balneario se hacía cada vez más visible, la red de saneamiento, el agua corriente, la pavimentación de las calles, entre otros servicios que correspondían a la LIFA declinaron. Esto tuvo que ver con la inauguración del Country Club, ya que la LIFA se dedicó plenamente a las actividades de fomento y gestión de este flamante atractivo. El periódico “Ecos de Atlántida” (1954) denunciaba tres principales falencias: calles intransitables por problemas de pavimentación, alumbrado deficiente o inexistente e insuficiencia en el abastecimiento de agua potable. (en Bonsignore, 2011)

El malestar por la falta de inversión municipal en la zona este del departamento de Canelones generó que en 1958 se creara la Comisión Pro Creación del departamento de Solís. La LIFA participó de este movimiento como institución desde el comienzo. El proyecto de ley fue presentado en el Parlamento el 12 de abril de 1961, firmado por diputados de distintos partidos y varios departamentos para la creación de un nuevo departamento.

Los principales motivos para su creación fueron: un supuesto incremento en la eficiencia que se generaría en la gestión de ambos departamentos resultantes de la división, de esta manera los contribuyentes percibirían con más facilidad el destino de sus tributos. Se buscaba además el desarrollo de la industria turística, creadora de fuentes de riqueza y de trabajo y la atención de los problemas de las zonas balnearias. Finalmente, en 1966 el proyecto se desintegró por completo. (Bonsignore, 2011).

En este sentido hubiera sido acertado “potenciar estrategias de gobierno multinivel y mejorar coordinación entre sector turístico y otros” (Velasco y Santos-Lacueva, 2016, p.20)

8.2. Gestión privada

Resultó imprescindible investigar acerca de la gestión de la inversión privada liderada por Michelizzi y sus emprendimientos, además de distintos atractivos turísticos y bienes patrimoniales del balneario.

En lo que respecta al Hotel Rex, un dato importante a tener en cuenta radica en que es el único de la época dorada que aún sigue abierto como tal. Teniendo en cuenta los ya mencionados cierres de los otros hoteles del balneario y su transformación en edificios de apartamentos. Este Hotel comenzó con unas treinta habitaciones y actualmente cuenta con más de sesenta. En sus mejores épocas tuvo cancha de tenis y de bochas y recibió a figuras de la talla de Tita Merello. En 1959 fue adquirido por los Sres. García y Cardo, siendo actualmente gerenciado por el Dr. Adolfo García. (González Bo, 2011)

Los motivos marítimos y el Art Decó fueron las principales características de la arquitectura del Planeta Palace Hotel. Aquel hotel con forma de barco, de sencilla arquitectura, sin demasiados adornos pero con un servicio de nivel muy

superior al que se ofrecía en otros hoteles del balneario, se presentaba como el principal alojamiento de la época. Dentro de los servicios brindados a los huéspedes se encontraban una panadería y confitería propias, que abastecían los comedores. Contaba con cafetería, verdulería y hasta una fábrica de hielo. Un somelier que se encargaba de seleccionar los mejores vinos de Europa, un chef italiano y un maître argentino que llegaban a Atlántida en diciembre para hacer la temporada. Servicio de parador en la playa para los huéspedes, pianista en vivo a la hora del almuerzo, en la cena y en la boîte del lugar, junto a grandes orquestas que entretenían a los turistas. (Bonsignore, 2011) El hotel también contaba con un ómnibus que esperaba a los turistas a la llegada del Vapor de la Carrera¹⁰ para traerlos a Atlántida. Este hotel atrajo a la aristocracia argentina y uruguaya que pasaba aquí sus tres meses de vacaciones. (González Bo, 2011) Todo esto refleja una excelente gestión y una destacada visión y proyección del flujo turístico existente por parte del empresario italiano. Se remarca la cualidad que tenía Michelizzi para interpretar los gustos de los visitantes y las tendencias turísticas de la época.

Figura 11. Ómnibus perteneciente al Planeta Palace Hotel que fue utilizado principalmente para el traslado de huéspedes desde y hacia el puerto de Montevideo.



Fuente: Archivo Edificio “El Planeta” (s.f.)

¹⁰ Vapor de la Carrera: Barcos de servicio fluvial de pasajeros que desde 1860 salían de Montevideo y Buenos Aires para unir ambas capitales. El viaje demoraba unas 9 horas. Los más amplios tenían 105 metros de eslora y 13 de manga. Estaban capacitados para transportar 494 pasajeros en primera clase y 268 en segunda y capacidad para cargar 500 toneladas. (www.visionmaritima.com.uy)

Su anexo, el Golf Palace Hotel y Casino no quedaría exento de esta sobresaliente gestión. Y para evidenciar esta afirmación es necesario exponer el testimonio de Rosa Gutiérrez, una ex empleada de este hotel:

En dicho hotel debíamos usar dos uniformes: uno de mañana formado por una túnica blanca y championes de igual color (...). De tarde era un vestido negro, con cuello y puños blancos. Una cofia y un delantalito a la cintura, redondo de igual color con una puntilla y zapatos negros. (Piriz, 2011, p. 44)

Este testimonio expresa la formalidad con la que los empleados debían asistir a sus puestos de trabajo de acuerdo con el nivel que representaba el hotel.

La gestión de estos atractivos estuvo también influenciada por la compañera de Michelizzi, Marcela Benincampi, quien además fuera su socia. Ella se encargó del diseño de los jardines correspondientes a los hoteles, al Casino y a la boíte “Las Cuevas”, perteneciente al Golf Palace Hotel.

El Casino fue un factor muy importante en la elección del balneario, más allá de que este no se adecuaba a las necesidades en cuanto a capacidad. Al igual que sucedió anteriormente en el sector hotelero, surgía el problema que presentaba una infraestructura insuficiente para la demanda turística real del balneario. Este contratiempo no pudo ser solucionado por Michelizzi, quien sí logró hacerlo en cuanto al alojamiento. Sumado a esto, el Casino de Atlántida carecía de otro tipo de entretenimiento que el de las mesas de juego, aunque en la primera temporada los resultados fueron exitosos siendo gestionado por el argentino Antonio Morales, experimentado ya que era propietario de salas de juego en Mar del Plata. (Bonsignore, 2011)

Además de fomentar la demanda turística, Da Cunha (2012) formula que otra de las funciones de los casinos era: “(...) sostener los hoteles donde estaban radicados” (p.44) Esto explica claramente cuáles fueron las dos principales funciones de este casino, más allá de los déficits ya mencionados.

Luego de construido el Golf Palace Hotel y Casino, dos terrenos habían quedado vacíos en el zanjón al lado del casino, por lo tanto, Michelizzi hizo construir “Las Cuevas”. Se trataba de una boíte y el primer cine de Atlántida. Luego de construir el cine le agregó una pista de patinaje a casi un metro por debajo del piso. (González Bo, 2011) La novedosa “skating boíte” se abrió al

público en la temporada record de 1941. En ella, una gran pista de patinaje y baile al aire libre rodeada de mesitas alrededor. “Para el verano de 1942 la “skating boíte”, se presentaba con el nombre de “Las Cuevas”, que además contaba con una sala de cine, la primera de la historia del balneario.” (Bonsignore, 2011, p.105)

El Campo de Juegos Club y el Country Club fueron dos importantes atractivos de la época que cumplieron un rol fundamental en el entretenimiento de los turistas que llegaban al balneario. Según Da Cunha et al., (2012):

Atlántida era presentada como “el primer balneario de rango social después de Carrasco”. La pesca, el Campo de Juegos Club, con variadas instalaciones deportivas, el Casino instalado en un parque, varios cines, salones de té y la iglesia que interpretaba el estilo gótico eran los elementos que aluden a su “rango social”. (p.160)

A estos elementos se le sumó el Country Club con los ya nombrados certámenes de belleza.

Profundizando en estos dos atractivos, por un lado, el Campo de Juegos Club brindaba al exigente turismo que el empresario italiano atraía a Atlántida - principalmente extranjeros y en su mayoría argentinos - el disfrute de un ambiente recreativo de alto nivel que resultaba moderno para la época pero sobre todo exclusivo. Ese caudal social, que se vincula con los elementos de rango social atlanticense de la época, se componía principalmente de turistas argentinos. Con un mecanismo de admisión relativamente estricto, la gestión del club era exigente a la hora de aceptar nuevos miembros y “(...) solo un reducido y selecto grupo de individuos lograba acceder a ser socios de la institución.” (Bonsignore, 2011, p. 115) Al respecto, cabe señalar lo expresado por González Bo (2011), en donde la autora describe en una breve reseña quiénes eran los socios asiduos de este lugar y el porqué de sus recurrentes visitas: “Venían muchísimos argentinos, alemanes e ingleses a jugar al golf porque no todas las canchas -en el mundo- tenían dieciocho hoyos”. (p.191) Esto marca una pauta de la importancia del atractivo que trascendía su ubicación y generaba por sí mismo importantes flujos de visitantes. El tenis era otra de las actividades importantes del club, siendo que la institución contaba con varias canchas de tenis de polvo de ladrillo que eran sede de importantes

torneos internacionales. La gestión del club también proyectaba la construcción de una piscina de medidas olímpicas que convertirían al lugar en una verdadera “Villa Deportiva”. (Bonsignore, 2011)

Lamentablemente este anhelo también se vio truncado por la muerte de Michelizzi, luego de 1953, la cancha fue loteada y vendida en solares. Se puede considerar en su momento como un lugar que reunía los principales factores para catalogarlo como parte del patrimonio localizado del balneario. También reunía un interés social, era un atractivo por sí mismo con una buena ubicación respecto al mercado emisor de visitantes, su infraestructura turística era de primer nivel, también se comercializaba como uno de los principales productos turísticos de la época y se estaba proyectando su inclusión en productos turísticos más amplios.

En cambio el Country Club aparecía como un atractivo que se visualizaba a lo largo de la costa balnearia uruguaya. Da Cunha et al., (2012) ponen de manifiesto que: “Así, por su orden, aparte de todas las ventajas de orden material que han llegado los balnearios uruguayos, se cumplen animadas reuniones sociales en los grandes casinos y los Country Clubes (...)” (p.155) Por lo tanto, este se aleja del concepto de patrimonio localizado y con el correr de los años ha pasado a ser un símbolo del balneario y parte del patrimonio local. Si se analiza su gestión, desde la construcción del atractivo se advierte que el arquitecto Fabini, director de la obra supervisaba los trabajos muy de cerca, tal es así que decidió renunciar al cobro de sus honorarios por el cariño que le tenía al balneario (Bonsignore, 2011)

Para el verano de 1951 se proyectaban por parte de la directiva la construcción de canchas de tenis, básquetbol y bochas y una piscina de natación que tendría un desenlace más complicado que el resto de los servicios con los que contaría el club. Según lo que expresa Bonsignore (2011): “(...) recién a partir de la década del 60 el Country tendría su piscina”. (p.131)

La gestión por parte de la LIFA era perfecta y no solo brindaba al socio y al turista que veraneaba en Atlántida un amplio abanico de opciones en cuanto a lo deportivo. También encontraban allí un espacio de relacionamiento social y

cultural complementado por un servicio gastronómico de alto nivel. Las caballerizas en donde los socios tenían sus propios caballos cuidados por gente contratada por el club le daban un toque de distinción y jerarquía que cubría de alguna manera la falta de entretenimiento de atractivos como el casino. Además de ser un lugar que apuntaba al disfrute de toda la familia. Un servicio muy importante era el de los cinco bungalows de los cuales disponía el club para el alojamiento de los socios que no tenían casa en Atlántida.

“El apogeo del Country Club duró pocos años. Actualmente se está trabajando para que vuelva a ser el principal centro de reunión social de Atlántida”. (González Bo, 2011, p.72) Esto principalmente se debió al fin de los certámenes de belleza por tensiones entre la LIFA y Radio Carve.

Siguiendo la línea de Prats (2005) se observa que muchos de estos atractivos no son significativamente importantes para la comunidad y por lo tanto, no se ha logrado convertirlos en elementos patrimonialmente relevantes. Teniendo en cuenta que según Prats (2005): “(...) la verdadera naturaleza del patrimonio local se basa en la memoria” (p.26), se podría afirmar que no se guarda una relación metonímica con la externalidad cultural. Se percibe una carencia de puesta en valor de referentes patrimoniales que como ya se ha mencionado corresponde a los poderes locales, por lo tanto, se los responsabiliza de fallar en ese sentido, sin alcanzar una legitimidad. Tampoco se consigue hallar un significado, ya que algunos de los atractivos estudiados no se relacionan con los individuos y sus interacciones. Se advierte una falta de interés de la comunidad en cuanto a la continuidad en el tiempo de dichos atractivos, dado que no se encontraron registros de expresiones sociales que demuestren un verdadero compromiso para mantenerlos activos, salvo algunas circunstancias puntuales - como denuncias en periódicos de la época o determinadas acciones llevadas a cabo en el ámbito político departamental -. Más allá que se aprecie un discurso de la comunidad que a priori aparece como unánime, se observa que los poderes locales no han podido interpretar sumado al abandono político y a los crecimientos demográficos que se han sucedido desde esa época a la actualidad. “Esta situación hace que se cuestionen los discursos identitarios preexistentes, presencia creciente de contingentes de emigrantes procedentes

de otros contextos culturales o cualquier otro factor de conflictividad exógeno.”
(Prats, 2005, p.27)

Por otra parte, dos de los atractivos que se establecieron en esa época han logrado en la actualidad la activación como elementos patrimoniales, es decir, se actuó sobre ellos de alguna forma. (Prats, 2005) Se hace referencia por un lado a la Iglesia “Cristo Obrero Nuestra Señora de Lourdes” por la resolución N°455/997, el 21 de febrero de 1998 (también fue presentada a Unesco para ser incluida en la Lista del Patrimonio Mundial) y al Planeta Palace Hotel declarado Monumento Histórico nacional por la resolución N°1298/005, el 12 de diciembre de 2005. No se indagó en la gestión de esta Iglesia ya que su construcción data del 1960 y no se ajusta al período tiempo que comprende a este trabajo.

Por último, de la Iglesia “Sagrado Corazón de Jesús” se pudo obtener información correspondiente a su fundación y al proceso de evolución que atravesó el lugar. Otra vez se observa como de la mano de Michelizzi y Benincampi, los atractivos del balneario resurgían. En esta ocasión se trató de la donación de un terreno que realizaron el italiano y su compañera a la Iglesia Católica para ampliar la infraestructura de la capilla existente desde 1922. (González Bo, 2011) Esta acción fue realizada en la década del cuarenta y se vio acompañada por una gran fiesta en el Planeta Palace Hotel para recaudar fondos. Claramente son comportamientos que reflejaban el poderío económico y el posicionamiento social de la pareja al margen de la buena acción que realizaron. La nueva Iglesia cuenta con canchas y salones de catequesis que se mantienen hasta la actualidad.

9. FACTORES INTERNOS DEL DESTINO QUE INCIDIERON EN SU POSICIONAMIENTO NACIONAL Y REGIONAL

En este capítulo se expondrán diversos factores que se encuentran ligados a muchos de los acontecimientos que tuvieron que ver con la actividad turística del balneario mencionados en capítulos anteriores y otros que surgieron a lo largo de la investigación.

9.1. Factores internos favorables

En primera instancia, se desarrollarán aquellos factores internos que fueron favorables al destino. Se investigó que los fraccionamientos y las ventas de terrenos por parte de Michelizzi seguían una línea con respecto a los fraccionamientos de los cuales había sido objeto toda la costa canaria. Esto provocó una concentración de la propiedad que permitió que los predios se cotizaran muy altos. (García y Sánchez, 1970) Muchos de los potenciales compradores de esos terrenos cuya residencia estaba en Montevideo se trasladaban en ferrocarril. Otros tantos lo harían en sus propios vehículos aunque debían hacerlo por el camino a Maldonado o a Minas (como se le llamaba) y luego el Camino de la Playa, hoy Ruta 11. (González Bo, 2011)

Los folletos que Michelizzi editó en Argentina promocionando a Atlántida como “Villa Veraniega”, el fraccionamiento y la venta de terrenos, se complementaron con un aumento de la oferta hotelera en el balneario. Al respecto, Jacob (2000) sostiene que:

En los quince años que van de 1939 a 1954 es posible apreciar las variaciones en la oferta hotelera formal con la finalidad de ganar la preferencia de los turistas: en cerca de 70% se puede estimar el aumento en el número de habitaciones disponibles en Atlántida y Punta del Este. (en Bonsignore, 2011, p.118)

Esta afirmación se justifica analizando la oferta hotelera de cada balneario como un indicador y de esa manera se logra clasificar la importancia relativa de los balnearios a lo largo de los años - se debe tener en cuenta que no existen indicadores específicos para ello -. (Bonsignore, 2011) Un factor clave para la utilización de este indicador fueron las publicaciones que en los años treinta y cuarenta se entregaban a los turistas sobre las descripciones de los balnearios, salidas y arribos de ferrocarriles y buses, recomendaciones en general y las

listas de los precios de los diferentes hoteles. Esta última es utilizada por Bonsignore (2011) como variable para comparar y obtener diferentes conclusiones. Estos datos arrojan entre otras cifras, el aumento de la cantidad de hoteles en el balneario, desde 1935 con dos hoteles - Atlántida Hotel y Hotel Mercedes - hasta 1941 con cinco hoteles - Planeta Palace Hotel y su anexo, Atlántida Hotel, Hotel Rex, Hotel Centenario y Hotel Mercedes -.

Se afirma que estos tres factores se complementaron ya que sirvieron para aumentar el flujo turístico y lograron posicionar al destino generando una mayor cotización de los predios y tarifas altas en los alojamientos. Un dato importante en cuanto a esto se desprende del análisis llevado a cabo por Bonsignore, anteriormente mencionado. De acuerdo con un ranking hotelero de 1941 realizado por el autor, de 172 hoteles clasificados, los cinco hoteles del balneario se encontraban dentro del 20% más caro. Además, el Planeta Palace Hotel era el tercer hotel más caro del país. Éste también superaba en precio de la jornada de alojamiento a todos los hoteles con más de 100 habitaciones del país, incluidos el Casino Parque Hotel, el Hotel Casino Carrasco - ambos de Montevideo - y el Argentino Hotel de Piriápolis. (Bonsignore, 2011)

Estas estadísticas demuestran el nivel del público que frecuentaba el balneario en esa época. Personas que contaban con un gran poder económico, dispuestas a invertir en terrenos que valían mucho dinero o a pasar meses e inclusive la temporada completa alojados en algunos de los hoteles más caros del país. Había una enorme afluencia de público, entre los que sobresalían argentinos y montevideanos.

Parte de ese público frecuentaba el casino de Atlántida que como ya fue mencionado se fundó en 1939 junto al Golf Palace Hotel y fue un factor importante para la elección del balneario. En el verano de 1941 "(...) el casino registró un movimiento extraordinario, al punto que habitualmente muchos turistas debían conformarse con jugar a los "caballitos" o a "Punto y Banca". (Bonsignore, 2011, p.104) Esto se debía a una superpoblación de jugadores ocasionales. Para la siguiente temporada, el nivel de Atlántida era tal que se lo comparaba con los balnearios europeos. Su fisonomía, clase y distinción lo destacaban a nivel regional (Bonsignore, 2011)

Desde la segunda mitad de la década del cuarenta, hasta fines de la década del cincuenta se encontraron diferentes factores que posicionaron al balneario como un destino que ofrecía ambientes exclusivos y de nivel a la altura del público que lo frecuentaba. De tal forma se establecen como factores positivos: la construcción del “Campo de Juegos Club” en 1946 como un sitio exclusivo para quienes accedían a ser socios; la colocación de la piedra fundamental del Country Club en 1950 por su gran repercusión en los medios de la época y al año siguiente las repercusiones por la finalización de las obras que fueron muy positivas. Se añade a estos, la alianza estratégica entre la LIFA y Radio Carve de 1952 que dio inicio a los certámenes de belleza que consolidaron al Country Club y a Atlántida como destino.

9.2. Factores internos desfavorables

La falta de planificación acarreada desde los inicios, definitivamente fue un factor que incidió negativamente en el balneario y en su futuro crecimiento dentro de la región. El desarrollo surgió desde la costa hacia el interior, librado a las preferencias de la mayoría del directorio de la sociedad propietaria. (García y Sánchez, 1970)

En los años cuarenta, en línea con la edición de los folletos promocionales que fomentaban al balneario, Michelizzi pretendió que el nombre Atlántida contemplara a toda su región circundante. El empresario buscaba promocionar también los balnearios vecinos de Las Toscas, Costa Azul, Salinas y Parque del Plata. (Bonsignore, 2011) Esta idea no prosperó por diversas causas y se interpreta como un factor que pudo afectar la prosperidad del lugar que por otros motivos estaba adquiriendo en ese momento. La adversidad de la situación se comprende mejor si se compara con lo sucedido en Punta del Este “(...) que absorbería a otros muchos balnearios próximos y menos importantes, (...) potenciando cooperativamente a toda esa región dejando de lado posturas localistas menores.” (Bonsignore, 2011, p.107) Se le suma una falta de inversión pública y de promoción turística que respondían al abandono político nacional y departamental. En este sentido, Atlántida perdió pisada frente a destinos como Punta del Este.

Si bien los fraccionamientos de tierra habían sido por un lado un factor positivo para el posicionamiento del balneario, a partir de los años cuarenta se vieron envueltos en las masivas ventas de terrenos que según Campodónico (2015) se dieron en casi todos los balnearios junto a los remates y compra en cuotas mensuales, lo que dio inicio al financiamiento. (p.11) En Atlántida, algunas hectáreas que Michelizzi había comprado con el préstamo otorgado por el BIU pasaron a manos de dicha institución y con el correr del tiempo comenzaron los loteos denominados “Fracción D”. De la mano de esos loteos surgieron los nuevos barrios.

Las ventas de terrenos incidieron en el nivel de exclusividad que ostentaba el destino, este fue un factor que atrajo a las clases medias montevideanas ya que “(...) esto sin lugar a dudas representó una clara posibilidad de compra para los sectores medios y así cumplir con el sueño de la casa en la playa” (Campodónico, 2015, p.11)

La segunda mitad de la década del cuarenta se vio afectada por constantes roces entre Michelizzi y la LIFA. (Bonsignore, 2011) Se generaron diferentes encuentros y desencuentros que claramente no le hacían bien al destino. Lamentablemente la promoción turística del balneario se vio perjudicada por esta situación. En febrero de 1950 Michelizzi preparaba un desfile de modelos de Christian Dior en el Campo de Juegos y se ofrecería un show organizado por la LIFA. Posteriormente, en marzo de ese mismo año se realizaría un gran baile que aún no contaba con un lugar definido. Michelizzi canceló el desfile, sin embargo algunos días después comenzaron a aparecer en la prensa artículos que promocionaban la fiesta. Esta situación enfureció a los directivos de la LIFA quienes al comunicarse con Marcela Benincampi recibieron un total rechazo.

“Grandes Espectáculos en los jardines de Atlántida” era el título en mayúsculas de la parte central de la página 7 del diario “El País” de 1950, refiriéndose a los eventos auspiciados por la LIFA. En segundo plano aparecía el anuncio del evento de Michelizzi, en la misma página, más abajo - acotándose al desfile de modelos - . (Bonsignore, 2011)

Cinco años después, en octubre de 1955 se intentó realizar el primer fraccionamiento del Campo de Juegos Club por parte de la familia de Marcela Benincampi. Los altos costos de mantenimiento del club significaban una gran inversión para la continuidad de su gestión. Además, en 1953 se dispuso el trazado de la Ruta Interbalnearia - factor que se analizará posteriormente - que significó la división del club y, por ende, la pérdida del valor internacional de ser una cancha de golf de dieciocho hoyos. Nuevamente el abandono político nacional y departamental apareció en 1956 cuando no se contó con el apoyo de la CNT para evitar el fraccionamiento por medio de una expropiación y luego por una inversión efectuada, necesaria para su acondicionamiento. En 1962 fue dividido en tres sectores incluyendo el trazado y diseño de nuevas calles, motivo de indignación para la sociedad atlanticense de la época. En 1969, el predio fue llevado a remate judicial. A partir de 1971 pasó a ser propiedad de la Asociación General de Autores del Uruguay (AGADU)¹¹, pudiéndose conservar nueve hoyos de la cancha de golf y las edificaciones existentes. Las esperanzas de que el prestigio y la atracción turística del lugar permanecieran con sus nuevos dueños durarían pocos años debidos a la falta de mantenimiento. (Bonsignore, 2011) Este es un claro ejemplo de las consecuencias que han sufrido los atractivos turísticos que destacaron el período estudiado, pero que por diferentes motivos no lograron su permanencia en el tiempo. En este caso puntualmente incidieron factores económicos que no le permitieron a la familia de Marcela Benincampi hacerse cargo y factores políticos que volvieron a demostrar la falta de interés de las autoridades por el destino. Al parecer fue un sitio importante para la comunidad - fue un valioso atractivo de la época que generó muchos puestos de trabajo dentro de la población local - pero no logró consagrarse como tal y perdurar en el tiempo por situaciones externas que afectaron su continuidad.

¹¹ En adelante AGADU

10. FACTORES EXTERNOS AL DESTINO QUE INCIDIERON EN SU POSICIONAMIENTO NACIONAL Y REGIONAL

Existieron algunos factores que no estuvieron directamente ligados a la dinámica interna del destino, pero de alguna manera afectaron su posicionamiento de tal modo que muchos de ellos tuvieron que ver con algunos de los acontecimientos que fueron investigados en este trabajo y también se vincularon con los factores internos. Se consideró realizar un análisis con las mismas características que el anterior capítulo - factores internos del destino - en cuanto a que se clasificaron en favorables y desfavorables, para lograr exponer de manera precisa y ordenada cada punto.

10.1. Factores externos favorables

En cuanto a las acciones por parte del gobierno uruguayo para fomentar la actividad turística. Se ha de desarrollar un hecho puntual que sucedió en 1935 y fue citado en capítulos anteriores. Se trata de la promulgación de una segunda ley de fomento hotelero.

Poniendo a disposición un fondo de un millón doscientos mil dólares para el otorgamiento de préstamos no mayores a \$200.000 a treinta años, con un interés de un 4% anual, o sea, un 43% menos que lo que se podría obtener en condiciones normales (Bonsignore, 2011, p. 90)

Para lograr el otorgamiento de este préstamo se tenía que contar con el aval de la CNT y en Atlántida dos proyectos fueron los que salvaron todas las exigencias, por un lado, para la construcción de un hotel de lujo que pretendía llevar a cabo la Territorial Uruguaya y, por otro, el Planeta Palace Hotel. El primero de estos no se logró consolidar y el otro marcó una nueva era en el turismo del balneario. (Bonsignore, 2011)

Este hecho impulsó una mayor oferta hotelera que contemplaría las exigencias de la demanda internacional que iba en aumento. Con respecto a esta afirmación, se cita el testimonio de Susana Figueredo, (en Piriz, 2011):

(...) las familias veraneantes de entonces, extranjeras, especialmente provenientes de Argentina y las de Montevideo, traían sus autos, sus choferes, y sus niñeras si iban a hoteles, agregando a este servicio mucamas y cocineras si alquilaban casas. Venían del 15 de diciembre al 15 de marzo. (p.123)

De esta manera se identifican las principales características de la demanda de la época en cuanto a su comportamiento dentro de su tiempo libre en sus vacaciones. El nivel socioeconómico de los visitantes de aquél entonces daba cuenta de que la oferta en alojamiento además de haber aumentado en cantidad, lo hizo también en calidad.

10.2. Factores externos desfavorables

Michelizzi y Benincampi fueron simpatizantes de la causa fascista, factor que generó una profunda grieta entre los diferentes actores del sector turístico y de la propia sociedad de Atlántida durante y después de la Segunda Guerra Mundial.

El empresario Italiano realizaba celebraciones en el Planeta Palace Hotel cada vez que los comandados por Hitler y Mussolini lograban una victoria en Europa. Esto desencadenó en un fuerte rechazo por parte de los simpatizantes de los “aliados” en el balneario al punto de que algunos letreros publicitarios del hotel fueron bandalizados en relación a este tema.

En esos momentos en Atlántida veraneaba el embajador de Gran Bretaña en Argentina, Sir Esmond Ovey. En opinión de Newton (1992):

La evidente simpatía de Michelizzi y Benincampi por la causa fascista ante la atenta mirada de Sir Ovey fue seguramente uno de los detonantes para que el empresario italiano y su pareja fuesen incluidos en la British Statutory List - Lista Estatuaria Británica -, una de las listas negras que tenían los aliados para aislar individuos y empresas que mantenían vínculos comerciales con los países del Eje y que en Argentina particularmente, jugaban un rol muy importante. (Bonsignore, 2011, p.109)

La temporada '42-'43 comenzaría con una reducción en los intereses de los préstamos hoteleros, factor que demostraba síntomas de una crisis que repercutió negativamente en la actividad de Michelizzi. A causa de estos factores, el empresario italiano decidió cambiar el nombre y la imagen publicitaria del Planeta Palace Hotel por el de su anexo el Golf Palace Hotel y Casino que funcionaría como la marca paraguas de ambos alojamientos, lo que significó la modificación repentina de una marca. (Bonsignore, 2011) Este hecho afectó al desarrollo del atractivo y también generó un cambio en la mentalidad del mercado objetivo que visualizaba hasta el momento al Planeta Palace Hotel

como la principal imagen de referencia y su anexo como un complemento. Las transformaciones en la imagen de un producto pueden afectar a la imagen de un destino y en este caso probablemente esta situación haya generado un descenso en el flujo de visitantes.

Figura 12. Primer logo del Planeta Palace Hotel. Con la imagen principal del barco y el nombre del hotel.



Fuente: Archivo Edificio "El Planeta" (s.f.)

Los siguientes factores han de analizarse en conjunto para comprender el ajetreo urbanístico en los balnearios del departamento de Canelones. Esta situación se vincula con los fraccionamientos y las posteriores ventas de terrenos que hubo en la época.

Estos factores se basan en: intensas campañas publicitarias, mano de obra local - que era más barata que la montevideana - y facilidades por parte de los contratistas. Se generaron nuevos núcleos de residentes permanentes del lado norte de la Ruta Interbalnearia - donde los solares eran baratos - conformados

por los trabajadores de la construcción y sus familias en condiciones de vivienda precarias. (García y Sánchez, 1970)

Por otra parte, la dependencia del turismo argentino que se había generado a lo largo de este período fue un factor clave para que a partir de 1946 el bloqueo peronista¹² afectara al turismo argentino en Uruguay principalmente en los balnearios.

El bloqueo peronista afectó severamente a los balnearios de la costa uruguaya y muy particularmente a Atlántida y Punta del Este, reductos de veraneo en aquel entonces de la sociedad argentina mejor posicionada que a su vez era la más fuertemente enfrentada a su gobierno. (Bonsignore, 2011, p. 175)

Esta situación desencadenó en el cierre de muchos hoteles que no se podían sostener debido a la disminución de la demanda en sus clientes frecuentes y más importantes. En el caso de Atlántida el Golf Palace Hotel y Casino y el Atlántida Hotel permanecieron cerrados hasta 1956, año en que reabrieron sus puertas pero que no sería para nada exitoso - entre 1958 y 1959 se convirtieron definitivamente en edificios de apartamentos -. Se agregan a esta situación los problemas internos de estos establecimientos la deteriorada salud económica del país y la intención de los gobiernos nacionales de desarrollar Punta del Este, retirando su atención de los demás balnearios, incluyendo Atlántida. (Bonsignore, 2011)

(...) Punta del Este había tenido un inicio de temporada por demás auspicioso, que marcaría el comienzo de un desarrollo que pronto lo catapultaría a ser uno de los balnearios más importantes de Sudamérica. Atlántida, en cambio, en una penosa agonía, esperaría hasta último momento para reencontrarse con sus viejos visitantes argentinos, que, esta vez, le darían la espalda. (Bonsignore, 2011, p.177)

¹² Bloqueo peronista: El 24 de febrero de 1946, el general Juan Domingo Perón vencía en las elecciones nacionales y pocos meses después asume por primera vez la presidencia de la República Argentina, marcando el inicio de un gobierno de corte altamente populista apoyado por sectores del movimiento obrero (...). Incluso antes de su llegada a la Casa Rosada, se había formado una fuerte corriente opositora - bautizada posteriormente como "antiperonismo" - que llevó a que un número creciente de argentinos disidentes eligieran nuestro país para exiliarse, que los recibe y los alberga. Aquí los antiperonistas encuentran un ambiente propicio para poder expresar sus discrepancias con el régimen de Juan Domingo Perón, publicando profusamente en los medios de prensa montevideanos o accediendo a espacios en las radios capitalinas, cuyas ondas penetraban el espacio radioeléctrico argentino (...). Perón, ofuscado y sin margen de acción para poder ejercer control sobre el accionar de esta corriente opositora, impone restricciones a los viajes de los argentinos a Uruguay y también una serie de políticas comerciales hostiles para con nuestro país. (Bonsignore, 2011, p. 174-175)

Una de las consecuencias que se desprende de estos últimos factores explica que la costumbre de veranear tres meses en los hoteles se fue perdiendo a mediados de 1950. Según lo expuesto por Campodónico (2015): “Nuevas modalidades y prácticas culturales asociadas al uso del tiempo libre cobraron vigor, como el “fin de semana” en la costa o el veraneo en usufructo de la licencia anual corrida para todos los trabajadores”. (p.7) Estas nuevas modalidades ponen de manifiesto el comportamiento y el perfil de la nueva demanda que se estaba estableciendo en el balneario y las diferencias notorias en cuanto a la demanda anterior.

Con respecto a dicho comportamiento, diferentes archivos bibliográficos tomados en cuenta para esta investigación mencionan una práctica muy común entre los nuevos veraneantes de la época, el turismo “golondrina” y los picnics. Estos picnics dominicales incrementaron durante la década del '50 y generaron consecuencias nefastas para el posicionamiento del destino entre ellas los desechos de desperdicios residuales que eran arrojados en la playa Mansa - uno de los atractivos más importantes del balneario -, ya que esta era la ubicación de estos acontecimientos. Bailes y reuniones con música estridente también eran frecuentes allí.

Figura 13. Imagen de los picnics dominicales en las barrancas de la playa Mansa. Ignorando el claro letrero colocado en el pino “Prohibido



Fuente: Bonsignore, F. (2012)

Este hecho generó una gran problemática en el balneario que alcanzó a provocar división en las posturas de los residentes - situación que se mantuvo

durante décadas - y fue otro motivo de rechazo para muchos viejos veraneantes que comenzaron a optar por otros destinos. (Bonsignore, 2011)

La finalización de la Ruta Interbalnearia en 1952 facilitaría aún más estas actividades ya que acortó la distancia entre Montevideo y Atlántida en unos quince kilómetros y también trajo consigo el decaimiento del uso del ferrocarril como medio de transporte. (González Bo, 2011)

La crisis económica de 1955 acarrió algunos factores negativos como estancamiento económico, altos niveles de inflación que se continuarían hasta fines de la década del '60 y una detención en el crecimiento del país que deterioró el nivel de vida de los uruguayos y su estabilidad social y democrática. (Bonsignore, 2011) Este escenario externo fue claramente perjudicial para Atlántida que no logró superar los momentos difíciles que le planteaba su entorno ni los suyos propios. La situación se veía aún más difícil para las aspiraciones de recuperar su prestigio, que aún seguían latentes en algunos sectores de la sociedad atlantidense, cuando en 1956 la CNT retiró la partida de las contribuciones a instituciones a la LIFA. Suceso que se hizo de público conocimiento y que "(...) sumió a la Liga en una profunda crisis económica de la que le llevaría años recuperarse." (Bonsignore, 2011, p.167-168)

11. CONSIDERACIONES FINALES

De esta investigación se desprende que durante el período 1935 - 1960 -, Atlántida fue un destino que atravesó diferentes etapas dentro del ámbito político, social y económico que marcaron su devenir turístico. Diversos acontecimientos que sucedieron en el lugar dieron paso a un crecimiento exponencial del sector turístico, acompañados de políticas estatales que en un principio favorecieron la actividad. Estas políticas que fueron implementadas a nivel país por el gobierno de Batlle y Ordóñez tuvieron repercusión en Atlántida como destino emergente. Posteriormente, se creó la CNT - a partir de 1933 - y por lo tanto se llevaron a cabo otras acciones que en conjunto con las campañas propagandísticas de ventas de terrenos fueron imprescindibles para la difusión del destino. La difusión y promoción de un destino emergente son acciones fundamentales y se utilizan como llamador de una potencial demanda turística. En este caso se supo que la misma estaba conformada principalmente por ciudadanos argentinos y algunos montevideanos de alto poder adquisitivo.

Se comprobó que la habilidad para los negocios del italiano Natalio Michelizzi, quien había llegado al balneario en la década del '30, en conjunto con las políticas anteriormente mencionadas permitió que Atlántida diera un salto cualitativo y cuantitativo en su oferta hotelera. Además se constató que las facilidades a los privados por parte del Estado a partir de 1933 impulsaron a la hotelería en todo el país y en Atlántida se vio reflejado en la construcción de dos hoteles de lujo como fueron el Hotel Rex en 1936 y el Planeta Palace Hotel en 1937. A esto se le incorporó la instalación del Casino en 1939, la construcción del "Campo de Juegos Club" a partir de 1946 y la inauguración del Country Club en 1951. Estos acontecimientos marcaron una transformación en el perfil de la demanda que en ese período de tiempo pasó a estar representada por una clase social de alto nivel económico y que incidió directamente en la economía del lugar. Por tanto se confirma la efectividad de las acciones de propaganda anteriormente mencionadas.

Se reveló que el loteo y posterior venta de terrenos por parte de Michelizzi fue un hecho auspicioso para el balneario aunque posteriormente se tornó en contra del lugar ya que estos fueron vendidos con facilidades a nuevos

compradores pertenecientes a las clases medias montevidéanas que pasarían a ser los nuevos veraneantes. De lo que se concluye que la situación transformó nuevamente el perfil de la demanda que a partir de la segunda mitad de la década del '40 se vio representada principalmente por este sector de la sociedad.

Si bien se supo que ambos perfiles compartieron algunas temporadas en el balneario, se observó cómo diversos factores incidieron para que en definitiva se diera un proceso de cambio. Se lograron estudiar y analizar diferentes comportamientos de la demanda incipiente como el turismo "golondrina" y los picnics y el "fin de semana" en la costa o el veraneo en usufructo de la licencia anual corrida para todos los trabajadores que representan conductas específicas.

Se analizó la oferta del destino en cuanto a diferentes atractivos que, sobre todo después de la muerte de Michelizzi se vieron totalmente limitados y reducidos en algunos pocos que estaban quedando obsoletos, mostraban falta de mantenimiento, abandono político, desinterés por parte de la población local, entre otros. En consecuencia se dio una inmediata respuesta por parte del público asiduo al balneario - perteneciente a las clases altas - que no toleró esta situación.

Estos puntos son sumamente importantes para comprender el porqué de las variaciones en la oferta y la demanda de la época y, por ende, de las transformaciones surgidas en el sector.

Asimismo, el hecho de que los gobiernos nacionales en ese momento hicieran foco en Punta del Este para desarrollar este balneario por encima del resto, provocó que Atlántida se viera totalmente afectada.

En este sentido, se llegó a la conclusión de que en diferentes momentos del período estudiado los gobiernos de turno le dieron la espalda a Atlántida y el destino se vio dañado en más de una oportunidad por decisiones de la órbita estatal. Se habla de falta de inversión municipal, recortes en partidas de dinero y un abandono político nacional y departamental que claramente incidieron en

su desarrollo. A esto se añade la crisis económica de 1955 que sacudió la economía del balneario y del país entero.

Es importante destacar al bloqueo peronista como el factor externo desfavorable que afectó más severamente al país y al destino en todos los aspectos. Se generaron tensiones políticas, económicas y sociales. En base a esta situación se expuso la dependencia al turismo argentino y, por tanto, la caída del sector hotelero y turístico en general.

Las diferencias internas entre los distintos actores del sector turístico del balneario se establecieron como una causa sumamente determinante a la hora de concluir esta investigación. La falta de asociativismo y de trabajo en conjunto entre las partes fueron causantes de acontecimientos que dejaron totalmente vulnerable al destino, internamente, pero sobre todo con su entorno. Se analizaron problemas entre Michelizzi y la LIFA que fueron dos de los principales protagonistas del período pero que no lograron trabajar en conjunto para potenciar la oferta de atractivos. A su vez, se expusieron las tensiones generadas en la época de la Segunda Guerra Mundial que por diferencias en los posicionamientos políticos de Michelizzi y la Territorial Uruguay generaron propaganda negativa para el balneario. Complementando estos hechos, la falta de planificación también mostró la cara débil de un destino que se construyó en base a individualismos, egos y dependencia a una sola persona: Natalio Michelizzi.

12. BIBLIOGRAFÍA

Ascanio, A. (2009) *Opiniones y ensayos. El turismo Cultural: gestión de partes interesadas y la complejidad del equilibrio*. Revista Pasos. Vol. 7 N°1 pags.127-131 en <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2009.07.010>

Bagi, E., Gómez, G y Ferraro, D. (2011) *El Águila de Atlántida. Tiempos de amor y de guerra en “el balneario de los bosques que llegan hasta el mar”*. Montevideo: s.n.

Bonsignore, F. (2012) *Atlántida: historia, imágenes y personalidades, a cien años de su creación*. Montevideo: Editorial Trilce.

Bracco, M y Porta, O. (2018) *Dieste, la iglesia y su gente*. Cristo obrero, Patrimonio Nacional Atlántida, Estación. Montevideo: Editorial Tradinco.

Bracco, M y Porta, O. (2011). *Atlántida una historia de 100 años en 100 fotos*. Montevideo: Editorial Tradinco.

Campodónico, R. *Las clases medias se van de vacaciones. Uruguay 1930-55*. (2015) presentado en XXXIII Conferencia LASA, San Juan de Puerto Rico en www.lasa.org.

Da Cunha, N. (2012) *La actividad turística regional en el Uruguay: el caso del turismo argentino (1920-1945)*. Universidad de la República. Montevideo: Facultad de Ciencias Sociales.

Da Cunha, N y Campodónico, R. (2012) *Uruguay: hacia la noción de país turístico. Estudio Histórico 1930-1955*. Anuario IEHS 27. pp. 331-337.

Da Cunha, N., Campodónico, R., Maronna, M., Duffau, N y Buere, G. (2012) *Visite Uruguay: del balneario al país turístico: 1930-1955*. Montevideo: Ediciones de la Banda Oriental.

García y Sánchez (1970) *La costa del departamento*. En Aljanati, D., Benedetto, M., Perdomo, W. (Eds.), *Los Departamentos N°6*. Canelones (pp.49-52) Montevideo: Editorial “Nuestra Tierra”.

González Bo, A. (2011) *Atlántida centenaria 1911-2011*. Guía turística, histórica y cultural. Montevideo: Editorial Tradinco.

Leitch, E. (2012) *El proyecto territorial del balneario uruguayo*. Modelos, paradigmas y utopías. Identidades: territorio, cultura, patrimonio. 2012: Num.:3.

Maronna, M. (2012) *Las representaciones del Uruguay turístico en 1930*. Estudios y perspectivas en turismo. Vol. 21. Pp.568-584. Argentina

Martínez Carril, M (1969). *Turismo en Uruguay*. Montevideo: Editorial “Nuestra Tierra”.

Monfort Mir, V. (2000). *La política turística: una aproximación*. Cuadernos de turismo, N°6, págs. 7-27.

Piriz, M. (2011) *Cien años cerca del mar. Mujeres del centenario*. Montevideo: Editorial Tradinco.

Prats, L. (2005) *Concepto y gestión del patrimonio local*. Cuadernos de Antropología Social, núm. 21, pp. 17-35.

Quintana, C. (2018). *Uruguay. De la política de desarrollo turístico al desarrollo de la política turística (1986 - 2010)*. CSIC. Universidad de la República. Biblioteca Plural. Montevideo, Uruguay.

Schlüter, R. (2000) *Investigación en turismo y hotelería*. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos, Buenos Aires.

Velasco, M. (2016) *Entre el poder y la racionalidad: gobierno del turismo, política turística, planificación turística y gestión pública del turismo*. Revista Pasos. Vol. 14 N°3 págs. 577-594 en <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2016.14.038>.

Velasco, M y Santos-Lacueva, R (2016) *La relación entre acción pública y turismo desde diversas perspectivas: ideas, actores e instituciones*. Revista Pasos. Vol. 14 N°3 págs. 573-576 en www.pasosonline.org

Vidart, D. (1969) *El gran Montevideo*. Enciclopedia Uruguay N°58. Montevideo: Editores Reunidos y Editorial Arca.

12.1. Fuentes consultadas

Uruguay Visión Marítima. (2019) *A 100 años de los inolvidables "Vapores de la Carrera."* Obtenida el 26 de noviembre de 2020, de <http://www.visionmaritima.com.uy>