

## Valorización de la hotelería argentina de fines del siglo XIX El caso del Hotel Boulevard Atlántico

*Enhancement of Argentina hotels from the late XIX century.  
The Hotel Boulevard Atlántico case*

**Noelia Aymara Padilla<sup>a,b,\*</sup> y Graciela Beatriz Benseny**

a. Universidad Nacional de Mar del Plata. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Argentina

b. Becaria del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), Argentina

### Resumen

La investigación analiza los sitios de interés históricos vinculados con la hotelería de fines de siglo XIX y principios de siglo XX en Argentina, considerados como "hotelería de oro". Se estudia el devenir del Hotel Boulevard Atlántico, hito arquitectónico de la localidad de Mar del Sud (Argentina), destino turístico de sol y playa. Actualmente la edificación se encuentra en estado de abandono, imposibilitando su aprovechamiento turístico. Se indaga la opinión de residentes en cuestiones vinculadas con el estado de la edificación y su reconocimiento como recurso cultural y turístico de la localidad. El Hotel Boulevard Atlántico constituye un elemento del patrimonio cultural de la localidad que aporta rasgos diferenciales al destino frente a otros con características naturales compartidas. Su valorización requiere la restauración, conservación y el establecimiento de nuevas funciones vinculadas a los intereses de turistas y residentes.

**Palabras clave:** turismo, patrimonio cultural, recursos culturales, Hotel Boulevard Atlántico.

### Abstract

*This research analyzes sites of historic interest that served as luxury hotels in the late XIX century and early XX century in Argentina, also known as the "Golden Hotels". The origin and current state of the Hotel Boulevard Atlántico, an emblematic sun and beach tourist destination located in Mar del Sud are analyzed. The building is currently abandoned, precluding its valuable use for tourism. Residents' opinions regarding the state of the building, and its recognition as a cultural and tourist resource of this locality. are analyzed. The Hotel Boulevard Atlántico is an icon of the local cultural heritage that provides differential features to this destination compared to others with similar natural characteristics. Its enhancements requires the renovation, conservation and establishment of new functions related to the interests of tourists and residents.*

---

\* ✉ noeliaaymarapadilla@gmail.com

**Keywords:** *tourism, cultural heritage, cultural resources, Hotel Boulevard Atlántico.*

*Recibido 17 septiembre 2017 / Revisado 25 octubre 2017 / Aceptado 26 octubre 2017*

## **1. Introducción**

Los recursos culturales actúan como motivadores del desplazamiento de la población, ya sean monumentos, museos, arquitectura, artesanías, gastronomía o fiestas populares. En algunos casos constituyen los factores principales de atracción turística; en otros, son complementarios a la oferta natural. La cultura, a partir de los operadores de mercado, puede ofrecer oportunidades de desarrollo turístico en regiones atrasadas, marginadas o que sufren exclusión, fortaleciendo su apertura a nivel nacional e internacional.

Para Richards (1996, p. 272) "el turismo cultural es el movimiento de personas a atractivos culturales desde su lugar de residencia, con la intención de obtener experiencia e información nueva que satisfaga sus necesidades culturales". Abarca el consumo de productos culturales del pasado y del presente y los modos de vida de las personas. En palabras de Pinassi (2013, p. 145) "...hoy en día, el concepto de turismo cultural va más allá de la visita a un museo o una colección. El mismo adquiere un carácter complejo, donde aquellos componentes culturales y patrimoniales que funcionan como los generadores del desplazamiento turístico, alcanzan una valoración relevante que condiciona la propia práctica turístico-recreativa".

De acuerdo con la postura de Ballart (1997, p. 62) el valor de los bienes culturales es "...una cualidad añadida por las personas, que puede crecer o disminuir, y que los hace estimables. Se trata, pues, de un concepto relativo sometido a los vaivenes de la percepción y del comportamiento humano y, por lo tanto, dependiente de un marco de referencias intelectuales, históricas culturales y psicológicas que varía con las personas y los grupos que atribuyen valor". Una comunidad específica establece lazos de pertenencia y apreciación, con un determinado grupo de bienes materiales e inmateriales y les otorga significación como tal, de acuerdo a la trascendencia de sus atributos propios. Este proceso de internalización y reconocimiento, es dinámico, ya que varía a lo largo del tiempo, dependiendo del contexto mediato e inmediato en el que se encuentre inmersa la sociedad portadora de dichos componentes.

Por su parte, en palabras de Bertoncello (2008) el patrimonio cultural comprende los objetos o atributos que son percibidos como bienes comunes de la sociedad (o incluso de la humanidad), legados del pasado que estarían más allá de los intereses grupales o sectoriales y que por sus características intrínsecas merecen ser preservados, conocidos y disfrutados por todos. El mencionado autor manifiesta que el Turismo Cultural se basa, en gran medida, en la valorización del patrimonio como atractivo. Incluso para Richards (2007), esta modalidad turística en muchas ocasiones se convierte en una herramienta de conservación del patrimonio.

El acondicionamiento del espacio litoral implica la valorización de la zona costera, representada por diferentes obras, donde el paseo costanero, rambla o malecón, aparece acompañado de la presencia de grandes hoteles. En muchos balnearios se construyen hoteles de lujo y, debido a sus características edilicias, se convierten en hitos arquitectónicos. Los hoteles adquieren gran atractivo en especial aquellos que por su calidad patrimonial se convirtieron en protagonistas de la vida social y cultural del lugar.

Este artículo se centra en la hotelería de lujo consolidada en Argentina a fines del siglo XIX basada en una arquitectura de estilo europeo, caracterizada por sus grandes dimensiones y amplios espacios pensados para la práctica de actividades recreativas de la alta sociedad argentina. Diferentes historias, secretos, mitos, leyendas, momentos de decadencia y opulencia caracterizaron a estas construcciones. Gran parte de estos alojamientos tuvieron su gran apogeo mientras Europa fue escenario de la Primera y Segunda Guerra Mundial. Si bien algunos fueron destruidos, son parte de los recursos culturales materiales de la Argentina.

En la actualidad, existen pocos ejemplos de hoteles que hayan mantenido el esplendor alcanzado en ese momento histórico. Algunos se encuentran conservados como el Viejo Hotel Ostende (Ostende, Buenos Aires), o en proceso de remodelación como el Plaza Hotel (Ciudad Autónoma de Buenos Aires); otros han sido recuperados con nuevas funciones y constituyen atractivos culturales, tal es el caso del Hotel Eden (La Falda, Córdoba) o el Tigre Hotel (Tigre, Buenos Aires). Sin embargo, algunos fueron demolidos, como el Hotel Bristol (Mar del Plata, Buenos Aires) o se encuentran en ruinas como el Club Hotel Sierras de la Ventana (Sierras de la Ventana, Buenos Aires) y existen ejemplos de establecimientos en estado de abandono entre ellos el Hotel Boulevard Atlántico (Mar del Sud, Buenos Aires).

Esta investigación se enfoca en el Hotel Boulevard Atlántico. Tiene como objetivo indagar sobre la valorización que la sociedad ha tenido del edificio en diferentes momentos históricos y en su condición actual y proponer alternativas de revalorización de su patrimonio cultural como forma de contribuir al desarrollo turístico de la localidad.

## **2. Aspectos metodológicos**

Bajo un enfoque metodológico cualitativo se analiza la valorización que la sociedad ha tenido del Hotel Boulevard Atlántico a partir de una revisión histórica de diversas fuentes bibliográficas, documentales, periodísticas, entrevistas a informantes calificados y visitas de observación. Se complementa con el análisis de la valorización actual como un recurso patrimonial a través de una encuesta a residentes y turistas. Para la caracterización del turista cultural se toma la propuesta de Ramos Lizana (2007) basada en las siguientes tipologías:

- Turista de inspiración cultural: elige destinos famosos por su patrimonio cultural para visitarlos una vez en su vida y con pocas intenciones de repetir. La motivación principal es el contacto con el

patrimonio de aquellos espacios urbanos que poseen una oferta cultural rica y con cierta valoración reconocida.

- Turista atraído por la cultura: pasa sus vacaciones en un destino no cultural, como la playa o la montaña y, ocasionalmente, visita lugares históricos o aprovecha las oportunidades culturales disponibles. El atractivo cultural funciona como un producto complementario y el patrimonio funciona en un nivel inferior, como elemento de consumo secundario.
- Turista de motivación cultural: elige los lugares que visita en función de su oferta cultural.

Los datos provienen de 50 encuestas realizadas a turistas durante el verano (enero y febrero) del año 2014 en diferentes puntos de la localidad, entre ellos la Avenida N° 100 y el litoral. El tipo de muestreo fue no probabilístico e intencional, atendiendo a las restricciones que suponen el número de encuestas a realizar y su consideración indicativa. Se consultó sobre los motivos de elección del destino, a través de una pregunta abierta: ¿Por qué eligió Mar del Sud? reagrupada formando las siguientes categorías: cercanía a su residencia o alojamiento, recurrencia, vivienda propia, recomendación, amigos/parientes en el lugar, paisaje, playa, conocer, tranquilidad, gente del lugar, otros.

Además, se implementaron entrevistas semiestructuradas a residentes, definiendo una muestra intencional formada por 20 personas. Para su instrumentación se seleccionaron distintos lugares de la localidad: Centro de Salud, Biblioteca Municipal Eloisa Rissoli, Avenida N° 100, comercios y viviendas. El tipo de muestreo fue no probabilístico e intencional, consultando sobre las siguientes cuestiones:

- Variable 1. Reconocimiento de la edificación como un recurso turístico de la localidad: identifique los recursos turísticos de la localidad.
- Variable 2. Conocimiento e interés de los recursos culturales: ¿Visitó alguna vez el Hotel Boulevard Atlántico? (sí/no, justificar motivo).
- Variable 3. Opinión sobre su estado de conservación: ¿qué opinión le merece el estado del edificio? (respuesta abierta). La detección de dichos sentimientos y la información aportada conforman datos prioritarios para el diseño de productos turístico-recreativos culturales, adaptados a los requerimientos de los residentes y turistas.

### **3. La hotelería de lujo de fines de siglo XIX y principios de siglo XX en Argentina**

A fines del siglo XIX y hasta la Primera Guerra Mundial, la economía nacional se caracterizaba por el desarrollo del modelo agroexportador que promovió la construcción de la red ferroviaria nacional (1857). El ferrocarril se convirtió en un

factor clave para facilitar el desplazamiento, ofreciendo mayor seguridad y rapidez en el viaje. Los historiadores coinciden en llamar a este momento la *Belle Époque* haciendo referencia a la abundancia y prosperidad económica.

Tal como mencionan Camino, Padilla, Cohen y Benseny (2013), los miembros de las clases pudientes importan de Europa un estilo de vida caracterizado por el lujo y la ostentación, reflejado en la arquitectura y las prácticas recreativas del tiempo de ocio. En coincidencia con la afirmación de Bertoncello (1992, p. 4), "...se consolida una clase social de altos ingresos y con tiempo libre, la nueva oligarquía agropecuaria, que se abocó en gran parte a una vida dispendiosa, gastando fortunas en viajes a Europa y tratando de imitar a su regreso el estilo de vida de la aristocracia europea, resultó el motor indispensable para la expansión del turismo...".

Las prácticas recreativas imponían la frecuentación de exclusivos clubes sociales y lugares destinados para "ver y ser vistos" por representantes de una misma alcurnia o clase, tal como lo imponía la vida social. En este contexto, se plantea la necesidad de construir una ciudad balnearia alejada de Buenos Aires, donde se pudiera realizar una vida social intensa y exclusiva para el grupo elitista y dominante de la economía y política nacional. Así nace Mar del Plata, que merced a la llegada del Ferrocarril del Sur (1886) se consolida en los albores del siglo XX como el primer balneario argentino.

En palabras de Benseny (2012), a mediados del siglo XIX el Mar Mediterráneo se posiciona como la principal cuenca turística mundial, concentrando la elite internacional y, rápidamente, toda su costa norte se transforma y colma con imponentes edificios que se erigen para albergar una demanda turística altamente elitista. Los establecimientos dedicados a brindar el servicio de alojamiento adoptan estilos arquitectónicos imitando palacios de reconocida trayectoria, surgen obras especialmente acondicionadas para asegurar el disfrute de la recreación, prosperan centros de juego, donde el casino y el hipódromo tratan de brindar un espacio de encuentro y reunión de pares aristocráticos. Junto al equipamiento recreativo, el paisaje urbano de las nuevas ciudades balneario se completa con el paseo costanero que adopta diferentes denominaciones: rambla, paseo marítimo o malecón.

A fines del siglo XIX en Argentina se consolida la hotelería de lujo basada en una arquitectura de estilo europeo, introducida en gran medida por los jóvenes de la "Generación del 80" integrada por los hijos de familias reconocidas vinculados al ejército o el poder, convertidos en terratenientes y educados en Europa. En este sentido, Pigna (2015) explica que "...la clase dirigente que acompaña el proceso de modernización en el que el progreso económico y la organización política provocan el surgimiento de una nueva sociedad, es la denominada Generación del 80...". Los diseños urbanos europeos se trasladan a nuestro país, la rambla o paseo marítimo pasa a ser el elemento diferenciador del espacio.

Tal como explica Benseny (2012) la "Generación del 80" copia modelos urbanísticos provenientes de Europa basados en el lujo y la majestuosidad y los aplica en el litoral argentino. Surgen en nuestro país numerosos hoteles de lujo, sinónimo del buen gusto y confort que conformaron la época dorada de la hotelería nacional, de los cuales muy pocos persisten en el presente.

De esta manera, durante la década de los años ochenta, Argentina importa una arquitectura ecléctica con predominio italiano. Anderson (2013) explica que la moderna burguesía argentina utilizó una decoración de interiores premoderna, cuyo diseño artesanal en el mobiliario de ebanistería estaba influenciado principalmente por la época de Luis XIV, XV y XVI de Francia.

En palabras de Benseny (2012), la hotelería de grandes dimensiones se expandió a los principales destinos turísticos, entre ellos se pueden mencionar: Hotel Eden (1887, La Falda, Córdoba), Bristol Hotel (1888, Mar del Plata, Buenos Aires), Hotel Boulevard Atlántico (1890, Mar del Sud, Buenos Aires), Hotel Quequén (1895, Necochea, Buenos Aires), Hotel Termas de Rosario de la Frontera (1896, Salta), Hotel Los Pinos (1896, Termas de Río Hondo, Santiago del Estero), Hotel Tigre (1906, Tigre, Buenos Aires), Hotel Plaza (1907, Ciudad Autónoma de Buenos Aires), Sierras Hotel (1908, Alta Gracia, Córdoba), Hotel Continental (1910, Empedrado, Corrientes), Club Hotel Sierra de la Ventana (1911, Sierra de la Ventana, Buenos Aires), Hotel Cacheuta (1913, Termas de Cacheuta, Mendoza), entre otros.

A manera de ejemplificación de la función social que cumplían estos hoteles durante la época, Anderson (2013, p. 47) menciona: "...las mujeres se citaban para la hora del té en el Plaza Hotel para celebrar el regreso de Europa de alguna amiga o en las frecuentes fiestas de beneficencia...". Del mismo modo, Anderson (2013, p. 48) menciona "...fueron construidos el Tigre Hotel, donde se organizaban bailes benéficos para mantener el hospital local, y el Tigre Club, en el que funcionaba un casino con salas de juego".

El apogeo de este tipo de hotelería coincide con el período entre guerras mundiales, donde la inseguridad en Europa favoreció el turismo nacional y la frecuentación de los lujosos hoteles argentinos cuyos diseños, materiales y profesionales de la construcción fueron importados con la intención de reproducir e implantar el estilo del alojamiento y ocio. Se caracterizaban por poseer espacios pensados para la práctica de actividades recreativas, tanto para hombres como para mujeres de la alta sociedad argentina, que se hospedaban durante todo el verano en glamurosas habitaciones incluso acompañados por su escolta personal. Benseny (2012) explica que el lujo, sinónimo del buen gusto y confort, llevaron a que se denominara a estos tiempos "Época Dorada de la Hotelería Nacional".

Existen algunos ejemplos de conservación, recuperación y revalorización de la hotelería de fines de siglo XIX y principios de siglo XX. En muchos destinos el estilo neoclásico europeo que los caracteriza a estos hoteles agrega un valor cultural a la oferta tradicional de sol y playa o de sierras. Tal es el caso del Hotel Eden en la localidad de La Falda (Córdoba) que prevaleció por muchos años en estado de abandono y, actualmente, constituye un ejemplo de hotel recuperado y reconvertido en centro cultural con actividades diarias y nocturnas, entre ellas: visitas guiadas, realización de eventos y espectáculos culturales. Así también, una mención especial merece el Viejo Hotel Ostende en la localidad balnearia homónima (Buenos Aires), que fue conservado desde su inauguración a la actualidad y aún brinda el servicio de alojamiento con habitaciones temáticas que recuerdan a personas célebres que se hospedaron allí, entre ellos Saint-Exupéry.

Otro caso emblemático lo constituye el Hotel Plaza de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Construido por Ernesto Tornquist en 1909 frente a la

Plaza San Martín, fue considerado el primer hotel de gran lujo de Sudamérica. Tras un largo proceso de venta, en el año 2010 el nuevo propietario es un grupo hotelero que propone una reforma en las habitaciones, la incorporación de un sector con departamentos y escritorios (a manera de un espacio pequeño y privado, con lugar para una oficina, secretaria y baño). El hotel cerró sus puertas en 2017 por tres años para ser remodelado y modernizado por completo, pero conservando su fachada, el coronamiento de pizarra negra y los detalles ornamentales que lo convirtieron en un exponente de la arquitectura francesa. Durante el lapso de la remodelación, la actividad hotelera se traslada a otro edificio del grupo inversor.

Algunos de estos hoteles se originaron con el aporte de capitales privados, en cambio otros, fueron construidos por la compañía ferroviaria británica encargaba de realizar las obras de equipamiento necesario para alojar a los viajeros y turistas más exigentes y administrar a través de la compañía Hoteles Sud América. Muchos de estos hoteles tuvieron su gran apogeo mientras Europa fue escenario de los dos conflictos bélicos. Cuando el Mar Mediterráneo se encuentra en auge como destino turístico aristocrático e internacional, se desata la Primera Guerra Mundial. El conflicto armado pone fuera de la oferta turística al continente europeo y favorece el crecimiento del turismo en destinos nacionales.

A nivel mundial, la crisis de 1929 implicó un cambio en la situación económica y social que repercutió en nuestro país afectando a gran parte de la oligarquía agro-exportadora, por ende sus consecuencias negativas se reflejarán en el turismo. Por otra parte, en el país se manifiesta un cambio en el modelo económico, se suma la industria que origina nuevos escenarios de poder en la clase social argentina. Favorecido por las políticas vigentes en la década de los años treinta, comienza un incipiente ascenso de sectores urbanos medios que permitirá su incorporación al turismo. La nueva corriente turística se caracterizaba por la búsqueda de un lugar vacacional, donde el lujo no es el factor determinante, siendo Mar del Plata el ejemplo más elocuente de la transformación como destino turístico.

La hotelería pierde el esplendor europeo y muchos de los establecimientos construidos durante la *Belle Époque* cierran sus puertas para años más tarde ser demolidos o, en algunos casos, recuperados. En su reemplazo, se posiciona una nueva forma de alojamiento inspirada en el buen servicio sin el lujo europeo de las décadas anteriores. De esta forma, para mediados de la década de los años cuarenta, durante la presidencia de Perón, un gobierno benefactor, se introduce la reforma laboral basada en la limitación de la jornada de trabajo, descanso semanal, sueldo anual complementario y derecho a vacaciones anuales pagas que favorece a la actividad turística. Se fortalece el turismo social, que asume un carácter masivo, y se construye alojamiento turístico caracterizado por la ausencia de lujo y la presencia de una amplia y variada oferta recreativa. Surge la modalidad extra hotelera denominada Colonias de Vacaciones, que el estado nacional construye en Chapadmalal (Mar del Plata, Buenos Aires) y en Embalse (Río Tercero, Córdoba).

#### 4. El Hotel Boulevard Atlántico: desde su origen a la actualidad

Mar del Sud es una pequeña localidad marítima especializada en turismo, pertenece al partido de General Alvarado (Argentina). Fue proyectada como un balneario de importancia nacional, aunque diversos factores del contexto nacional, regional y local impidieron que alcance el grado de desarrollo planificado. La crisis económica de 1890 llevó al quiebre del Banco Constructor de La Plata, que financiaría parte de las obras, y la paralización de las vías del ferrocarril hacia Mar del Sud limitaron su accesibilidad. Si bien su principal recurso turístico es la playa, el hito arquitectónico de la localidad es el Hotel Boulevard Atlántico, actualmente se encuentra en estado de abandono, imposibilitando su aprovechamiento turístico.

La historia del Hotel Boulevard Atlántico transcurre entre momentos de lujo y prestigio, como etapas sombrías de abandono e inseguridad jurídica. Su construcción se inicia en 1890 a pedido de Carlos Schweitzer, en el territorio proyectado para fundar la localidad marítima Boulevard Atlántico, con la finalidad de crear un espacio de ocio y suntuosidad destinado a la aristocracia porteña. Al morir su propietario en 1892, la familia se encargó de continuar la construcción que finalizó tres años después, para luego venderla.

El hotel se concibió bajo el paradigma arquitectónico de los hoteles elitistas de fines del siglo XIX, responde al estilo neoclásico europeo de vertiente italiana con algunos agregados como la mansarda que remite a otros estilos arquitectónicos de la época. Por sus instalaciones y glamour, sólo es comparable con el Bristol Hotel de Mar del Plata y el Hotel Eden de La Falda.

En 1891, antes de ser inaugurado oficialmente como hotel, alojó más de 800 inmigrantes judíos pertenecientes al programa Jewish Colonization (J.C.A.) cuyo objetivo principal era facilitar la salida de Rusia de judíos perseguidos. Partieron en el barco francés "El Pampa" hacia Argentina con la finalidad de formar una colonia y realizar actividades de agricultura en la provincia de Entre Ríos. Se los llamó Los Pampistas o Gauchos Judíos y permanecieron en el hotel más de tres meses hasta que se lograra la tenencia de las tierras entrerrianas. Su historia se construye a partir de los estudios de escritores locales Liberman en su obra *Tierra Soñada* (1959) y *Aramendi Mar del Sud, historia y vivencias* (2006).

Los Pampistas llegaron al puerto de Buenos Aires, luego arribaron a Mar del Plata en el Ferrocarril Sud y desde allí se trasladaron hasta Mar del Sud en carretas, permaneciendo en el hotel desde enero hasta abril de 1892. Liberman (1959, p. 30) relata "...cuando aquella impresionante caravana de sesenta carretas guiada cada una por dos carreros y acompañada por una tropa de jinetes montados en caballos de los más variados pelos se detuvo frente al rojo edificio del Boulevard Atlántico, en la solitaria localidad atlántica de Mar del Sud, a 75 kilómetros de Mar del Plata, los inmigrantes, levantando sus miradas al cielo, agradecieron a Dios por su misericordia". Sin embargo, según relata Liberman una epidemia de psitacosis, originada por los continuos juegos de los niños con loros de la zona, produjo la muerte de decenas de infantes que fueron enterrados entre el hotel y las barrancas. En su libro *Aramendi* (2006, p. 30) explica "...cuando llegamos a Mar del Sud, en los juegos de búsquedas atrevidas de niños explorando tierras casi vírgenes y sintiéndonos un poco dueños de la naturaleza,



entre diversión y aventuras, descubrimos huesos humanos en los campos frente al arroyo La Tigra. Esos huesos estaban cerca de la costa, la mayoría eran de pequeños que no habrían logrado sobrevivir a la enfermedad".

Al marcharse los Pampistas, el hotel asume el rasgo de un enclave turístico moderno y permite el disfrute vacacional de una demanda sumamente selecta que sólo deseaba compartir con sus pares aristocráticos los escenarios de recreación y ostentación. El diseño de estilo neoclásico europeo y de grandes dimensiones le permitió transformarse en un hito arquitectónico. Poseía 100 habitaciones de lujo y ofrecía una amplia gama de servicios hoteleros de primera categoría. Su promoción se centró en Buenos Aires y Rosario, la difusión se realizaba mediante folletería publicitaria traducida en varios idiomas.

Según explica Grigera (2013), el hotel reproduce los lineamientos de la arquitectura academicista, basada en la simetría. Es por ello que la escalera principal, y única del edificio, constituye el eje central de la construcción, materializada en madera con elementos decorativos que dotaban de prestigio al edificio. El tramo central conducía a un descanso donde se desprenden dos tramos rectos de peldaños que permiten acceder a la planta superior reforzando así la simetría de su construcción. Su baranda de hierro, pasamanos y columnas torneadas de madera, testimonian los elementos del *art nouveau* desarrollado a fines del siglo XX.

Las prácticas sociales de ese momento indicaban la necesidad de disponer de grandes salones comedores diferenciales, según la edad del público y el servicio gastronómico. Por eso, entre sus instalaciones se destacaba un amplio salón comedor donde sus huéspedes socializaban; otro para menores, donde recibían alimentación especial; y un bar. Existía un salón de juegos de entretenimiento con mesa de billar y un piano y un salón de baile que más tarde funcionó como cine. En la parte posterior del hotel, se ubicaban dos canchas de tenis con piso de cemento para el esparcimiento de los huéspedes y cocheras para los autos, donde recibían mantenimiento mecánico.

El hotel llegó a alojar 170 personas en sus habitaciones, contaba con elementos innovadores para la época como el teléfono y una planta generadora de energía eléctrica para consumo propio. Una campana cumplía con el servicio de altavoz y servía para anunciar el momento de servir la comida a aquellos bañistas que se encontraran en la playa. Según relata Aramendi (2006), fue frecuentado por artistas, profesionales notables y personajes reconocidos de la sociedad de la época. Con el transcurso de los años, la excesiva demanda favoreció la construcción de 10 departamentos en un terreno lindero y el glamuroso restaurante con menú a la carta cedió paso a la alternativa de tenedor libre.

A través de las entrevistas realizadas al actual propietario del inmueble, se toma conocimiento de algunas de las prestigiosas personalidades hospedadas en el hotel. Así surge el nombre de la cantante Mabel Dupont apodada "la Edith Piaf argentina". El mismo propietario relata que en febrero de 1948 se hospedó unos días en el hotel, atraída por la vida cultural y social, así como por los bailes, las jóvenes inglesas y francesas que veraneaban allí y el confort que ofrecía el edificio. Desde la industria cinematográfica, el apogeo del hotel quedó plasmado en la película/documental *El último pasajero* (la verdadera historia) dirigida por

Mathieu Orcel, donde se exhiben escenas filmadas en el establecimiento y recrean la vida social del momento.

En 1975, el inmueble fue declarado Sitio de Interés Histórico por el Honorable Concejo Deliberante del Partido General Alvarado (Ordenanza 247/75) y en 1988 reconocido como Monumento Histórico Municipal del Partido de General Alvarado (Ordenanza 247/88), expresando el compromiso e interés de la comunidad para proteger un bien arquitectónico que constituye un ícono del patrimonio cultural local.

A partir de la recopilación documental, se observa que durante el período 1993-1998 el hotel permaneció usurpado por un grupo de contrabandistas relacionados con el tráfico de armas, droga y prostitución, hasta que interviene la justicia por un asesinato. En palabras de quien dice ser su propietario actual, el lugar se encontraba en estado de deterioro, los muebles y vajilla habían sido robados y la mayor parte de las habitaciones y salones estaban destruidos. Sumado a ello, en enero de 1997, un tornado voló parte de los techos.

Actualmente el hotel se encuentra en estado de abandono (Figura 1) y está habitado por su supuesto dueño quien realiza visitas guiadas a cambio de una contribución monetaria, pero no posee habilitación municipal para brindar servicio de alojamiento, dado que el edificio no cumple con las condiciones de higiene y seguridad que reglamenta la legislación pertinente.



Figura 1. Frente del Hotel Boulevard Atlántico.  
Fuente: archivo personal, 2013.

Desde el año 2013, una empresa privada de reciclaje lleva adelante trabajos de restauración de la fachada del hotel. Se espera que los trabajos de restauración culminen en el 2019 según la información publicada en el diario La Capital [Mar del Plata] (10 de mayo de 2014) "...con respecto a la obra vamos bien, haciendo todo lo que es matricería y piezas ornamentales para luego colocarlas. Además se están revocando los sectores deteriorados, es un trabajo arduo que lleva su tiempo pero nos apasiona la idea de ver en un futuro el hotel como era originalmente (...) una vez culminada la fachada, el próximo objetivo estará centrado en la reparación total del techo (...) el clima juega un papel

preponderante en un proyecto de esta envergadura ya que la erosión marítima causó daños en toda la estructura...”.

## **5. El Hotel Boulevard Atlántico como patrimonio cultural**

La consideración del Hotel Boulevard Atlántico como patrimonio cultural se fundamenta desde diferentes perspectivas. En opinión de Camarero Izquierdo y Garrido (2008), el concepto hace referencia al conjunto de bienes materiales e inmateriales que una sociedad ha heredado, resultado de su vivencia e interacción de la sociedad a lo largo del tiempo. Desde la perspectiva de Bertoncello (2010, p. 36), “...el patrimonio no es algo que tiene origen en el pasado y es meramente recibido en el presente, sino que, por el contrario, es desde el presente que se llevan adelante los procesos de definición del patrimonio”.

En base a los lineamientos mencionados, es posible afirmar que la valorización del Hotel Boulevard Atlántico varió a lo largo de la historia en función del contexto social, cultural, económico y político imperante. Si bien la edificación perdura en forma precaria y su arquitectura se halla deteriorada con riesgo de derrumbe, constituye parte del patrimonio cultural material e inmaterial de la localidad, vinculado con el pasado de la Argentina y de Mar del Sud.

Por un lado, testimonia el surgimiento del turismo litoral en Argentina y la hotelería de lujo en los centros de veraneo de nuestro país a fines del siglo XIX (patrimonio cultural material); y, por otro, tal como menciona Liberman (1959), es parte de la historia económica y social argentina (patrimonio cultural inmaterial) porque la agricultura judío argentina ha sido un factor valioso en la economía agraria del país. En opinión de Schalman (1969), a partir de la llegada de los llamados “Pampistas” surgió un cambio social y económico en la historia argentina porque, si bien existían agricultores, fundaron colonias e hicieron posible el nacimiento de la potencia agrícola que fue y aún es la Argentina.

A partir de ello, se remite a la necesidad de patrimonialización, concepto entendido por Bustos Cara (2004) como un proceso voluntario de incorporación de valores socialmente construidos, contenidos en el espacio-tiempo de una sociedad particular y que forma parte de los procesos de territorialización que están en la base de la relación entre territorio y cultura. La patrimonialización establece el paso de la cultura con expresión y resultado de las prácticas sociales concretas en un tiempo y espacio dados, hacia las múltiples formas de apropiación sucesivas mediante representaciones y discursos que se insertan en múltiples proyectos territoriales.

La puesta en valor del edificio como patrimonio cultural de la localidad requiere su restauración y conservación. A favor de ello, como se ha mencionado, desde el año 2013, la Empresa Reciclajes Michenzi S.R.L. trabaja en la recuperación de la fachada a partir de un acuerdo realizado con el dueño. Continuar con estas actividades es primordial para realzar el valor arquitectónico estructural y no tangible descomunal. La conservación se apoya en las siguientes normativas:

- La reforma constitucional de 1994 que incorpora el derecho fundamental a vivir en un ambiente de calidad tal que le permita al ser humano llevar una vida digna y gozar de bienestar (Artículo 41 de la Constitución Nacional y Artículo 28 de la Constitución Provincial). En este sentido, la calidad de vida de la población se satisface con la defensa de la diversidad biológica, pero también del patrimonio cultural que no es sólo el monumento en particular, sino también el entorno inmediato, aquel que circunda y enmarca el bien cultural, ambos forman parte de la memoria histórica.  
El Proyecto de Ley sobre Circuitos Turísticos Patrimoniales de la Provincia de Buenos Aires, cuyo objeto queda plasmado en el Artículo 1: "...fomentar, desarrollar, promocionar y regular el uso turístico del patrimonio cultural de la Provincia de Buenos Aires". Se destaca en su Artículo 3 "...los municipios interesados en formar parte de un circuito turístico patrimonial realizarán con la asistencia y asesoramiento técnico de la Provincia, un relevamiento en el cual se registrarán: a) Los recursos tangibles e intangibles del área de valor patrimonial turístico cultural, evaluándose los sitios y actividades testimoniales culturales de las comunidades; b) Los servicios y equipamientos turísticos que ofrece la ciudad incluyendo hotelería, gastronomía, transporte, etc. c) Los planes estratégicos o de desarrollo, los planes urbanos, y la legislación en cuanto a la protección patrimonial y natural municipal...".
- La Ordenanza Municipal 247/88 dispuesta por el Honorable Concejo Deliberante de General Alvarado que declara al Hotel Boulevard Atlántico Monumento Histórico Municipal y prohíbe toda supresión o reforma que pudiera afectar su valor arquitectónico-cultural.
- La Ordenanza Municipal 233/75 que lo reconoce como Patrimonio Histórico Cultural.
- La Ordenanza Municipal 307/00, dispuesta por el Honorable Concejo Deliberante del partido de General Alvarado, que tiene como objeto establecer acciones de preservación y protección de aquellos muebles e inmuebles, públicos o privados, considerados componentes del patrimonio cultural, histórico, arquitectónico, urbanístico, paisajístico y ambiental, tutelado por la Constitución Nacional y Provincial. La norma señala como autoridades de aplicación a las Secretarías de Acción Social y Obras Públicas, a la Dirección de Cultura Municipal y al Ente de Turismo de General Alvarado. En su Artículo 8, prohíbe toda acción a emprender sobre los bienes declarados de interés patrimonial que implique cualquier construcción, modificación, alteración, ampliación, conservación, restauración, refuncionalización, cambio de uso o destino de los mismos, sin la autorización del municipio.

A partir de la restauración del edificio es posible su puesta en valor turístico, situación que permite fortalecer la oferta cultural de esta

localidad netamente balnearia. A pesar que la reparación actual del edificio tiene como finalidad recuperar su oferta de alojamiento, el Hotel Boulevard Atlántico posee muchas otras posibilidades de valorización entre las que se puede mencionar la formación de un centro cultural con actividades diversas tomando como ejemplo el caso del Hotel Eden en La Falda. Tal como propone Molano (2007, p. 84), "El valorar, restaurar, proteger el patrimonio cultural es un indicador claro de la recuperación, reinención y apropiación de una identidad cultural. Se deben gestionar actividades arraigadas en la cultura e historia local, que despierten y generen un estímulo de desplazamiento y visita del sitio histórico...".

## **6. La valorización de residentes y turistas**

En relación al proceso de valoración de la edificación por parte de los turistas, se aplica la metodología propuesta por Ramos Lizana (2007) basada en una tipología que expresa el grado de apreciación cultural. A partir de las encuestas realizadas, se establece que el turista de Mar del Sud responde a la tipología "Turista atraído por la cultura" (98%). Es decir, aquella persona que pasa sus vacaciones en un destino no cultural, como la playa o la montaña, pero no le importa, de forma ocasional, visitar lugares históricos y aprovechar las oportunidades culturales disponibles. Para este tipo de turista, el atractivo cultural funciona como un producto complementario al principal recurso turístico del destino (sol y playa) y motiva el desplazamiento.

Sólo un 2% de los encuestados posee las características de "Turista de inspiración cultural", es decir, aquella persona que elige el destino por su patrimonio cultural para visitarlo por única vez y con pocas intenciones de repetir. Para este tipo de turista, la motivación principal es el contacto con el patrimonio del espacio urbano caracterizado por una oferta cultural rica y con cierta valoración reconocida. Persigue el conocimiento de nuevos espacios turísticos y la búsqueda de experiencias diferenciales e irrepetibles.

Con respecto a los residentes las entrevistas permitieron un acercamiento a la valoración que los residentes tienen del Hotel Boulevard Atlántico como recurso cultural. Los resultados obtenidos demuestran que el 80% de los entrevistados manifestaron haber realizado una visita en algún momento al edificio histórico. El 90% de los consultados afirma que el motivo de la visita responde a la necesidad de conocer parte de la historia de la localidad. Sólo el 10% valora el sitio patrimonial como un espacio para la recreación y esparcimiento.

Entre los motivos más frecuentes mencionados por la falta de uso recreativo-cultural del lugar se destacan: la formación de una imagen negativa asociada a la inseguridad por derrumbes, la selección de otras opciones dentro de la oferta de sol y playa y la escasa oferta de otras alternativas de esparcimiento y entretenimiento. La indagación sobre su valoración puso en evidencia que, sobre un total de 20 entrevistados, sólo 4 personas (20%) reconocieron al Hotel Boulevard Atlántico como un recurso cultural real o potencialmente turístico de la localidad.

Al consultar sobre la opinión que le merece el estado del edificio, los entrevistados manifiestan una situación de "angustia" o "pena" por el estado inadecuado del inmueble en la actualidad. Se recuperan los siguientes comentarios: "...para muchos es un edificio más, sin valor alguno, la gente no comprende la magnitud..." (hombre, 31-60 años, 20 años de residencia); "Es una estafa, se están robando todo, cambian pinotea por pino barato, el hotel no sería el mismo..." (hombre, 18-30 años, 23 de residencia); "...Tiene que poder visitarse..." (mujer, 31-60 años, 1 año de residencia); "...Hay que mejorarlo..." (mujer, 18-30 años, 2 años de residencia).

Así también, los entrevistados mencionan recuerdos asociados a momentos de esplendor de la localidad y del inmueble, muchos de ellos asociados a historias de vida personales de los individuos. Se destacan los siguientes comentarios: "...Era muy lujoso, la gente venía en carruaje a hospedarse..." (mujer, más de 60 años, nacida en el lugar), "...siempre fue un hito del lugar..."(mujer, 31-60 años, 50 años de residencia y nacida en el lugar) y "...fue uno de los hoteles más importantes de la época para veranear..." (hombre, 31-60 años, 7 años de residencia).

Muchas opiniones hacen explícita referencia al escaso compromiso municipal y a la necesidad de revalorización: "...Hay que terminarlo, el problema es que el intendente se opone a todo..." (mujer, 31-60 años, 6 años de residencia), "...Falta que el municipio se comprometa..." (mujer, 18-30 años, 6 años de residencia), "...La estructura está abandonada. En 1981 diputados nacionales venden cosas, iban a restaurar la fachada y otros hacen otra cosa..." (hombre, 31-60 años, 20 años de residencia), "...Ahora lo están arreglando. Deben hacerlo..." (mujer, 18-30 años, 18 años y nacida en el lugar), "...Si se pudiese poner en valor el gran hotel podría ser un centro con potencial cultural..." (mujer, 31-60 años, posee segunda residencia). Estos comentarios tienen en cuenta la calidad de la edificación como patrimonio erigido.

## 7. Discusión y conclusión

La reproducción de modelos de organización y acondicionamiento de espacios de ocio europeos durante fines del siglo XIX y principios del XX, llevó a la construcción en la localidad de Mar del Sud de un gran establecimiento para el alojamiento con estilo neoclásico. El denominado Hotel Boulevard Atlántico constituye un reducto de la aristocracia argentina de la época y distingue a la localidad de otros destinos costeros de la provincia de Buenos Aires, convirtiéndose en un hito arquitectónico.

El patrimonio cultural ocupa un lugar importante en el desarrollo turístico de Mar del Sud, en este sentido es de fundamental importancia asegurar la conservación y restauración del Hotel Boulevard Atlántico, siendo su arquitectura reflejo del estilo neoclásico europeo de los hoteles de la época (patrimonio cultural material) y de la historia de la colonización agrícola en Argentina (patrimonio cultural inmaterial). Restaurar y conservar la construcción es primordial para realzar el valor arquitectónico estructural y no tangible descomunal.

Los testimonios de los turistas y residentes posibilitan comprender el interés de incorporar la construcción a la oferta turística, otorgando un mayor dinamismo al sector desde el punto de vista recreativo y cultural. Las opiniones de los residentes entrevistados permiten advertir que la asignación de nuevos usos y funciones al hotel histórico deben estar arraigadas en sus intereses y motivaciones, contribuyendo en este sentido a una mayor apreciación y valorización del sitio patrimonial.

La restauración de la edificación y su puesta en valor turístico, permitirá fortalecer la oferta cultural de la localidad especializada en turismo estival. A pesar que la reparación actual de la edificación tiene como finalidad recuperar su oferta de alojamiento, el Hotel Boulevard Atlántico tiene muchas otras posibilidades de valorización como la formación de un centro cultural con actividades diversas. La creación de nuevos usos recreativos requiere la actuación del municipio, y su vez permitirá generar nuevas fuentes de trabajo para la población local, incluyendo personal capacitado que brinde servicios de guía en relación a la historia y arquitectura del hotel.

Al ser el ámbito municipal el espacio más cercano a las necesidades y demanda de los ciudadanos, es necesario trabajar en la elaboración de una legislación municipal que articule la relación turismo-patrimonio a nivel local y regional. La Dirección de Cultura del partido de General Alvarado tiene un importante rol en el diseño y ejecución de políticas que permitan la valorización del bien patrimonial y contribuyan a generar, mediante el turismo, beneficios socio-económicos a la comunidad como recursos económicos y puestos de trabajos.

## Bibliografía

- Anderson, F. (2013). *La Belle Époque Argentina. Arte, arquitectura doméstica y diseño de muebles aplicados a la decoración de interiores burguesa (1860-1936)*. (Tesis de doctorado). Universidad Nacional de La Plata, Argentina.
- Aramendi, O. (2006). *Mar del Sud, historia y vivencias*. Buenos Aires: Martín.
- Ballart, J. (1997). *El patrimonio histórico y arqueológico: valor y uso*. Barcelona: Ariel.
- Bertoncello, R. (2010). Turismo y patrimonio, entre la cultura y el negocio. In M. T. Duarte Paes y M. Ramos da Silva Oliveira. *Geografía, turismo e patrimonio cultural*. São Paulo: Annablume.
- Bertoncello, R. (comp.). (2008). *Turismo y geografía. Lugares patrimonio natural-cultural de la Argentina*. Buenos Aires: Ciccus.
- Bertoncello, R. (1992). *Configuración socio-espacial de los balnearios del Partido de la Costa, provincia de Buenos Aires*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires. Facultad de Filosofía y Letras.
- Benseny, Graciela (2012, marzo). La conformación espacial y evolución turística de Villa Gesell (Argentina). Comunicación presentada en *I Taller Internacional Historia y Turismo*, Mar del Plata. Recuperado de: <http://nulan.mdp.edu.ar/1578/1/01327.pdf>

- Bustos Cara, R. (2004). Patrimonialización de valores territoriales: turismo, sistemas productivos y desarrollo local. *Aportes y Transferencias. Tiempo libre, Turismo y Recreación*, 8(2), 11-24.
- Camarero Izquierdo, C. y Garrido Samaniego, M. J. (2008). *Marketing del patrimonio cultural*. Madrid: Pirámide.
- Camino, M., Padilla, N., Cohen, C. y Benseny, G. (2013, diciembre). Patrimonio turístico cultural de Mar del Sud: caso Hotel Boulevard Atlántico. Comunicación presentada en *VI Simposio en Turismo y XII Jornadas Nacional de Investigación en Turismo*, Ushuaia.
- Grigera, P. (2013, 21 octubre). *Mar del Sud y el Hotel Boulevard Atlántico* [Blog post]. Recuperado de <http://pgrigeramardelsud.blogspot.com.ar/2013/10/mar-del-sud-y-el-hotel-boulevard.html>
- La Capital [Mar del Plata]. (2014, 10 mayo). El Boulevard Atlántico Hotel de Mar del Sud revivirá en 2019. *La Capital* [Mar del Plata].
- La Capital [Rosario]. (2008, 27 abril). Los discretos pasajeros del Eden Hotel. *La Capital* [Rosario]. Recuperado de [http://www.lacapital.com.ar/contenidos/2008/04/27/noticia\\_5001.html](http://www.lacapital.com.ar/contenidos/2008/04/27/noticia_5001.html)
- Liberman, J. (1959). *Tierra Soñada*. Buenos Aires: Luis Lasserre.
- Molano, O. L. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Revista Opera*, (7), 69-84.
- Pinassi, A. (2013). Los recreacionistas culturales y la valoración turístico-recreativa de áreas patrimoniales. El caso del centro histórico de Bahía Blanca (Argentina). *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 11(2), 351-370.
- Pigna, F. (2015). La Generación del 80. *El Historiador*. Recuperado de <https://www.elhistoriador.com.ar/?p=2043>
- Ramos Lizana, M. (2007). *El turismo cultural, los museos y su planificación*. Gijón: Trea.
- Richards, G. (2007). *Cultural Tourism. Global and Local perspectives*. New York: Haworth Hospitalit Press.
- Rozenwasser, E. (2016, 28 mayo). Un emblema pone pausa: cierran por dos años el Plaza Hotel. *Clarín*. Recuperado de [https://www.clarin.com/ciudades/emblema-pausa-cierran-plaza-hotel\\_0\\_EkVdVZ7Xb.html](https://www.clarin.com/ciudades/emblema-pausa-cierran-plaza-hotel_0_EkVdVZ7Xb.html)
- Schalman, L. (1969). *La Historia de los Pampistas*. Buenos Aires: Biblioteca Popular Judía.