

# Un gobierno de “puertas abiertas”. La acción pública en turismo en Mar del Plata durante el Onganiato<sup>1</sup>

An "Open Door" government: Public action in tourism in Mar del Plata during the Onganiato

Daniela I. Castellucci\* 

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

## Resumen

La Revolución Argentina llegó a Mar del Plata con la designación del intendente comisionado Martí Garro. Desde una perspectiva historiográfica de la historia social de la política y empleando una mirada metodológica interpretativista, se busca analizar la acción pública en turismo en Mar del Plata durante el Onganiato. Con base en las fuentes disponibles, se afirma que, en sus cinco años de gobierno, la actividad turística fue una cuestión prioritaria. Las acciones promocionales, la planificación y el fomento del turismo marcaron un diferencial en su gestión. Se trató de una política turística que se fue construyendo especialmente con un importante apoyo de las fuerzas vivas locales y que contribuyó en el desarrollo turístico de la ciudad durante aquellos años.

**Palabras clave:** turismo, políticas públicas, Onganiato, Mar del Plata.

## Abstract

The Argentine Revolution reached Mar del Plata with the appointment of Commissioner Martí Garro. From a historiographic perspective on the social history of politics, and utilizing an interpretivist methodological approach, we aim to analyze public action in tourism in Mar del Plata during the Onganiato (Onganía's administration). Based on available sources, it can be concluded that tourism was a priority during Garro's five-year administration. Promotional activities, planning, and tourism development marked a distinctive aspect of his governance. This tourism policy was particularly supported by local forces, significantly contributing to the city's tourist development during that period.

**Keywords:** tourism, public policies, Onganiato, Mar del Plata.

Recibido 16 abril 2024 / Revisado 21 junio 2024 / Aceptado 26 junio 2024.

---

<sup>1</sup> Este trabajo contiene avances de la tesis doctoral que se encuentra en proceso de redacción en el marco del Doctorado en Historia de la Universidad Nacional de Mar del Plata. Una versión preliminar fue presentada como ponencia en las XIV Jornadas de Investigadores en Historia (2024), CEHis (UNMDP), Mar del Plata (Argentina).

\* ✉ dicastel@mdp.edu.ar

## 1. Introducción

En la década de 1960 Mar del Plata alcanzó su apogeo como ciudad turística. Una ciudad balnearia que se había convertido en el “sueño de los argentinos”, al decir de Pastoriza y Torre (2019). En contraste con el crítico contexto político de Argentina, la ciudad se expandía cada vez más, tanto en la estructura de su oferta turística como en el ingreso de visitantes<sup>2</sup>. El crecimiento económico por el que atravesaba el país tuvo como consecuencia un incremento en el bienestar de la población y la ciudad se vio beneficiada como centro receptor turístico masivo. Este crecimiento económico local también fue acompañado por un incremento de la población marplatense, atraída no solo por la actividad laboral en el sector turístico sino también por la industria y la pesca (Pastoriza, 2008).

Durante ese decenio, la ciudad continuó el proceso de consolidación del turismo masivo iniciado en las décadas anteriores. Ahora, estaba apoyado en la creciente inversión inmobiliaria que había despegado en los años cincuenta tras la sanción de la Ley de Propiedad Horizontal. Basada en la construcción de edificios de altura, su destino predilecto fue el de la vivienda turística. Este *boom* en la construcción edilicia produjo cambios en las modalidades de alojamiento de los turistas de clase media, quienes comenzaron a desestimar el servicio del hotel para volcarse al alquiler o a la compra del departamento como residencia veraniega (Pastoriza, 2008; Pegoraro, 2023). El creciente uso del automóvil y la ampliación de la accesibilidad al centro turístico también facilitaron dicho proceso.

Mientras tanto, las políticas locales en materia de turismo buscaron impulsar la actividad mediante el diseño y la implementación de diversos instrumentos de política para que la ciudad no solo continuara siendo el principal centro balneario del país sino también para desarrollar el turismo extranjero, una aspiración que parecía ir a contramano de los lineamientos fijados en la política turística nacional. Tanto los gobiernos comunales democráticos como dictatoriales de esa década coincidieron en esa aspiración de una Mar del Plata “internacional”. Atento al disímil alcance que adquirió la política turística en cada administración comunal, en esta ocasión el estudio se centra en la actuación estatal durante el Onganiato (1966-1970).

De este modo, y desde una perspectiva historiográfica de la historia social de la política, se busca analizar la acción pública local en turismo durante la intendencia de Pedro E. Martí Garro (1966-1971). Siguiendo a Zapata Campos (2003), a partir del análisis de la actuación del Estado municipal mediante la identificación de las funciones e instrumentos adoptados, se busca comprender su papel político durante el período estudiado. Estas funciones estatales pueden ser de estímulo de la actividad, de promoción del destino, de planificación, de garantía y de coordinación entre actores e intereses (Velasco González, 2005). En

---

<sup>2</sup> El ingreso de pasajeros a la ciudad pasó de 376.893 en la temporada 1940-41 a 1.450.817 en la temporada 1960-1961. Este arribo se mantuvo estable durante la mayor parte de la década de 1960, el cual giró en torno a 1.500.000 turistas. Recién a partir de la temporada 1967-1968 se superó levemente los 2.000.000 de pasajeros (Álvarez y Reynoso, 1999, p. 224).

el proceso de construcción de las políticas públicas aparece la articulación interinstitucional (intrasectorial) e intersectorial, como una herramienta necesaria. En este sentido, Cravacuore et al. (2004) señalan que la articulación se origina cuando dos o más organismos públicos, privados o de la sociedad civil, acuerdan y coordinan políticas que se convierten en acciones concretas, asumiendo cada uno tareas específicas.

Para dar cumplimiento al objetivo de investigación se acude a un abordaje metodológico interpretativista, empleando estrategias cualitativas de recolección y análisis de datos. El *corpus* de fuentes escritas se encuentra integrado por boletines municipales del Partido de General Pueyrredon, boletines oficiales de la Provincia de Buenos Aires, documentos oficiales y notas periodísticas publicadas en la prensa local (diario La Capital y Revista Central).

La revisión de la literatura muestra que en los últimos decenios el turismo, como campo de estudio, ha sido objeto de interés por parte de los historiadores desde varias perspectivas disciplinares. En Argentina, la atención en este campo fue más reciente y las indagaciones han sido realizadas especialmente por los historiadores sociales (Mallo, 2018; Pastoriza, 2011, 2020; Pastoriza y Torre, 2019; Pegoraro, 2023; Piglia, 2014). En especial, se ha desarrollado una línea de indagación en torno a la historia social de Mar del Plata que estudia la relación entre el Estado y la sociedad en la configuración de las políticas turísticas, bajo la dirección de Elisa Pastoriza (2002, 2008, 2012, 2016). El presente artículo, junto a otras producciones de Castellucci (2018, 2019, 2023) y Castellucci y García (2023), se inscribe en esta línea de investigación.

## **2. El turismo, una cuestión prioritaria**

Al calor de los cambios institucionales en el país durante la década del sesenta, la vida política de Mar del Plata estuvo determinada por los vaivenes entre intendencias constitucionales y de facto. El golpe de Estado del 28 de junio de 1966, comandado por el general Juan Carlos Onganía y autoproclamado Revolución Argentina, determinaría nuevamente la designación de intendentes comisionados. El coronel (R) Pedro Enrique Martí Garro fue puesto a cargo de la comuna por el reciente gobernador bonaerense, general de brigada Francisco Imaz, reemplazando al intendente socialista Jorge Lombardo.

La tónica del gobierno de Martí Garro estaba basada en los principios y objetivos de la revolución: obra pública sin estridencia, gasto con mesura, y “no hacer política”; porque, precisamente, la revolución no era política. De los funcionarios y personal de la comuna solo se requirió “honestidad y eficiencia” y se esperó su colaboración (“Expone sus planes el Intendente Municipal”, 1966, p. 5). Los objetivos y la reestructuración que impulsaba el espíritu revolucionario del irruptivo gobierno nacional pronto se plasmó en el escenario local a partir de las decisiones y los cambios que introdujo el intendente comisionado en el municipio.

¿Qué lugar ocupó el turismo en su gestión? Con base en las fuentes disponibles se afirma que en sus cinco años de gobierno la actividad turística fue

una prioridad. Claro que esta predilección por un sector de la economía local no sería solo suya. Tanto el gobierno provincial como las fuerzas vivas de la ciudad coincidían en la necesidad de satisfacer primero los requerimientos de la actividad que sostenía económicamente al “balneario” (“Imaz: prioridad para el turismo. Fue informado por el intendente de la labor comunal”, 1967, p. 4). Esta forma de concebir al centro urbano marcaba, a su vez, su perfil estival y, por lo tanto, estacional, sobre el cual también urgía la actuación pública, no solo en lo propio del turismo sino también en el desarrollo de la actividad industrial. Una actuación estatal que, con el reciente gobierno irruptivo, había adquirido un nuevo lineamiento.

A partir de la modificación y reglamentación de la Ley Orgánica de las Municipalidades (Ley 7.214/1966), la administración de cada municipio comenzó a ser ejercida conjuntamente por el intendente municipal y el gobernador provincial. Esto determinaría el cariz que tuvo la política turística en el escenario local, no solo respecto de las líneas de (in)acción en sí, sino también por el carácter que asumió el proceso de su construcción.

### **3. La participación comunitaria**

Ante este nuevo escenario ¿cómo fue la relación entre el gobierno municipal y los actores sociales y económicos locales? Tan pronto Martí Garro asumió la intendencia, tomó contacto con el empresariado local, quien dio su apoyo y se prestó a cooperar en todo lo necesario<sup>3</sup>. Una porción del sector empresarial mantuvo esta actitud durante la mayor parte de su gestión. Bajo un discurso que ensalzaba los principios de la Revolución Argentina, buscó congraciarse con las instituciones empresariales subrayando que su gobierno sería de “puertas abiertas” (“Importante reunión mantuvo el intendente con el empresariado local”, 1966, p. 4). Los problemas expuestos por el sector privado se centraron en dos cuestiones: el turismo y la industria. Y para su resolución era necesaria la gestión del intendente ante los poderes nacional y provincial. Claro que muchas de las problemáticas y necesidades ya habían sido gestionadas por el gobierno socialista, pero aún no habían tenido resolución, ya sea por no estar en la agenda de aquellos poderes o porque su aparición era más reciente.

La urbanización de las playas, especialmente La Perla y Punta Mogotes, la reivindicación del dominio jurisdiccional de las playas y riberas por parte del municipio, el aplazo en el inicio del ciclo lectivo en las instituciones educativas, la necesidad de que Nación y Provincia reintegrasen los montos que obtenían en concepto de recaudación impositiva, el futuro aeropuerto internacional y los casinos fueron señaladas como las principales problemáticas del turismo. En tanto, la necesidad de adherirse a la ley provincial sobre reactivación industrial y

---

<sup>3</sup> En dicha reunión estuvieron presentes: Bolsa de Comercio, Cámara de Sociedades Anónimas, Cámara de Comercio, Centros de Constructores y Anexos, Cámara de Industriales del Pescado, Cooperativa de Horticultores y Floristas, Cooperativa Textil, UCIP, Colegio de Graduados en Ciencias Económicas, Cámara de Automotores, Asociación de Hoteles, Sociedad Rural, Cámara de Productores y Acopiadores.

que la Provincia reglamentara la ley de promoción industrial fueron las preocupaciones más importantes apuntadas por el sector respectivo ("Importante reunión mantuvo el intendente con el empresariado local", 1966, p. 4).

Otro sector de la sociedad local con quien la relación resultó más tensa fue con las asociaciones vecinales. De acuerdo con uno de los considerandos del Estatuto de la Revolución Argentina, se aspiraba a que los gobiernos promoviesen la participación de los sectores representativos de la comunidad en la preparación de diferentes iniciativas. Sin embargo, a escasos días de haber asumido la intendencia, Martí Garro decidió disolver el Secretariado Vecinal que agrupaba a las Asociaciones de Fomento, mediante el Decreto Ordenanza 317/1966. Entendía que eran éstas últimas quienes representaban directamente a los ciudadanos y vecinos en los intereses vitales de la ciudad, argumentando que la Revolución Argentina buscaba "un total cambio de estructuras" ("Ha sido ratificada la disolución del Secretariado Vecinal", 1966, p. 5). Transcurrido un cierto tiempo, intentó un tibio acercamiento con las organizaciones vecinales a partir de la creación del Departamento de Asuntos de la Comunidad mediante el Decreto 97, en febrero de 1967.

Posteriormente, llegaron las directivas del gobierno provincial a partir de las cuales la ciudad se dividió en siete sectores y, en 1968, se dispuso la creación del Consejo de la Comunidad. Se trataba de un organismo eminentemente consultivo que buscaba "otorgar una activa y creciente participación en el desarrollo socioeconómico del partido a los grupos naturales, asociaciones e instituciones de bien público" ("Coronel Martí Garro creó Consejo de la Comunidad", 1968, p. 7). Estas nuevas formas de participación comunitaria, impulsada por el gobierno revolucionario, señala Florencia Osuna, estaban guiadas por las ideas insertas en el proyecto del "desarrollo de la comunidad" que fueron promovidas por la Alianza para el Progreso (Osuna, 2017, p. 45). Y, a su vez, estaban vinculadas, entre otros principios, al de "Subsidiariedad del Estado". Éste implicaba que el Estado Nacional no debía solucionar aquello que los municipios y las organizaciones intermedias no pudiesen resolver por sí mismos. De este modo, los municipios cobraban mayor importancia que el Estado nacional y provincial en la resolución de las problemáticas locales (Osuna, 2017).

A partir de estos Consejos de la Comunidad, el Onganiato intentó construir nuevas modalidades de participación de los sectores representativos de la sociedad. Dichos consejos tenían como función recibir las inquietudes que propendiesen al bienestar de la comunidad a través de los distintos representantes organizacionales. Fue precisamente el carácter simbólico de su participación lo que disgustó a las organizaciones vecinales marplatenses. Y allí, nuevamente, se produjo un enfrentamiento entre la comuna y las asociaciones de fomento quienes sintieron que se las colocaba nuevamente en condición de meras espectadoras y, por lo tanto, sin atribuciones para gestionar directamente ante las autoridades ("¿Corporativismo o hibridez en el Consejo de la Comunidad?", 1968, p. 6).

Este consejo, presidido por Martí Garro, quedó finalmente integrado por un coordinador de cada uno de los sectores de la comunidad y por un delegado de las entidades representativas de las llamadas fuerzas vivas. Álvarez y Reynoso (1999) señalan que había sido la UCIP quien, en un primer momento, presentó al intendente la propuesta de considerar la participación de la comunidad en el gobierno y que finalmente se pudo concretar con la creación de ese consejo. En un tiempo en el que los partidos políticos estuvieron ausentes, fueron las organizaciones como la UCIP quienes ocuparon los espacios vacíos dejados por aquellos. De este modo, atendiendo las directivas de los gobiernos centrales, las propuestas de los actores socioeconómicos y bajo su consigna de gobierno de “puertas abiertas”, el jefe comunal constituyó un organismo meramente consultivo. Durante el tiempo en que funcionó no estuvo exento de situaciones conflictivas entre sus integrantes y el titular de la municipalidad, tanto por cuestiones procedimentales como por el carácter de las problemáticas en sí.

#### **4. El fomento de la “industria sin chimenea”**

La prioridad otorgada a la actividad turística durante la gestión de Martí Garro se hizo visible con su doble rol de intendente y presidente de la Dirección Municipal de Turismo. En un primer momento fue designado interventor de esa dirección el empresario marplatense Nolberto C. Pezzati, luego de la renuncia de los integrantes de su directorio (“Asumió el Interventor en Turismo”, 1966, p. 4). Pero, al poco tiempo, el reciente comisionado asumió también dicha presidencia. Ahora bien, ¿qué características asumió el accionar de la Dirección Municipal de Turismo? ¿cuál fue el papel de los actores socioeconómicos locales en la construcción de las políticas turísticas? Y ¿cómo fue la articulación entre este organismo municipal y sus pares provincial y nacional?

Durante su gestión, el organismo de turismo, creado en 1963 por el gobierno socialista que lo precedió, mantuvo su denominación y funciones. Solo modificó levemente su estructura, como veremos a continuación<sup>4</sup>. Se puede decir que hubo una continuidad de la política turística del gobierno de Lombardo en varias de las acciones implementadas por el ente, aunque, a diferencia de aquella, la reciente administración municipal le asignó un lugar relevante en su agenda de gobierno y realizó algunas innovaciones. Pues bien, veamos los rasgos generales de la política turística de Martí Garro en la conducción de la Dirección Municipal de Turismo.

##### **4.1. La política de acción promocional**

¿Qué carácter le imprimió a la acción promocional de Mar del Plata? El objetivo de Martí Garro fue impulsar y dinamizar la actividad turística al considerarla

---

<sup>4</sup> También se realizó una ligera modificación en la ordenanza de su creación respecto de la composición y funcionamiento del Directorio, según Ordenanza 2.981/1969.

como la "industria fundamental" de la ciudad. La aparición de una competencia creciente de destinos de sol y playa en la costa atlántica sumada a algunos cambios que se observaban en la demanda turística motivaron el accionar de la comuna hacia la búsqueda de nuevos mercados, por lo que puso su mayor esfuerzo en la acción promocional. Para ello se valió del acompañamiento y apoyo del sector empresario local, a través de sus instituciones representativas, de empresas de transporte y del organismo nacional responsable de los casinos. A fin de formalizar ese acompañamiento, el intendente los invitó a formar parte del Consejo Asesor Turístico de la Dirección Municipal de Turismo, en enero de 1967 ("Consejo Asesor Turístico", 1967, p. 6).

De esta forma, el sector económico de las fuerzas vivas locales y agentes extralocales, volvieron a formar parte del organismo municipal de turismo. Solo se les consultaría en aquellas problemáticas en las que se verían afectadas. La decisión final sería tomada por el directorio del ente autárquico. Si bien en la formalidad la participación a la que fueron convocadas era simbólica, en la práctica se constituyó en un espacio que sirvió para acordar acciones en forma conjunta con una importante colaboración material del sector empresario local.

Durante los cinco años de gestión de Martí Garro, cumpliendo su doble rol, se llevó a cabo un vasto programa de promoción turística al interior y exterior del país que fue superador respecto del accionar del gobierno anterior. En el seno de la Dirección Municipal de Turismo se planteó la necesidad de realizar un trabajo estadístico integral sobre el turismo que permitiera formular una política de promoción con base en la información recolectada ("Evaluación turística", 1967, p. 6). Esa información también serviría para realizar diagnósticos y diseñar planes y proyectos, siguiendo la acción planificadora desarrollista del Estado nacional. La valoración de la estadística como una herramienta sustancial en la gestión pública, conferida por el gobierno de Onganía, también se hizo palpable en el escenario local<sup>5</sup>. Desde el organismo municipal se entendía que:

"El turismo debe encararse como una industria estudiando los recursos que tenemos, el posible mercado comprador y elaborar un buen plan de promoción acompañado de otro que perfeccione cuanto se va a ofrecer al turista en materia de caminos, paseos y otros servicios." ("Conciencia turística", 1967, p. 4).

Fue así como con la colaboración del Departamento Estadístico de la comuna se inició dicha tarea. Además del relevamiento de la oferta turística, se implementó una encuesta a turistas. Con base en la información recolectada, se tomarían las decisiones más convenientes. En el verano de 1969 se realizó un primer relevamiento a los visitantes con el objetivo de detectar las deficiencias de la ciudad y determinar sus preferencias turísticas ("¿Qué le falta a Mar del Plata?", 1969, p. 8). La encuesta se retomó en 1971 y continuó en 1972 y 1973, aunque adquirió mayor complejidad al proponerse indagar la demanda real y

---

<sup>5</sup> Durante su gobierno se creó el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) por Ley 17.622/1968.

potencial de Mar del Plata (“Se conocieron resultados de una encuesta sobre turismo”, 1973, s. p.).

Así, los resultados de las encuestas permitieron guiar y fundamentar las acciones en torno a la promoción turística en el país. Las campañas y giras promocionales en el interior, que se venían realizando desde los gobiernos anteriores, continuaron, aunque se concentraron en las provincias del noroeste, centro y oeste. En realidad, en 1967 la dirección de turismo ya había dado mayor impulso a la acción promocional en provincias como Tucumán y Mendoza al considerarlas como mercado potencial e incluso habían organizado planes con tarifas especiales, con la colaboración del sector empresario local (“Mar del Plata en una promoción turística en Tucumán y Mendoza, 1967, p. 6.).

En 1969, con la información de las encuestas realizadas en la temporada veraniega, se confirmaba la dirección que había asumido la acción promocional hasta el momento. En las giras promocionales los representantes de la dirección de turismo se reunieron con funcionarios de entes turísticos provinciales y locales, agentes de viaje y representantes de los medios de difusión. En dichas reuniones se hizo entrega de material promocional impreso y se proyectaron filmes documentales (“Es programada la próxima temporada”, 1969, p. 16). El objetivo de la promoción era difundir no solo el atractivo centrado en la playa, sino también revalorizar el espacio rural y, en especial, sus atributos culturales, en línea con el objetivo revolucionario de consolidación de la cultura nacional.

Una de las acciones emprendidas durante la gestión de Martí Garro que aún tiene continuidad en nuestros días, fue la creación de la Guardia del Mar. La idea de su invención fue propuesta por uno de los integrantes del directorio de la Dirección Municipal de Turismo. Dicha proposición fue bien recibida por este organismo, por lo que, en agosto de 1969, los directivos otorgaron a dos profesores de Educación Física la misión de crear un grupo juvenil de desfile, cuya financiación estaría a cargo del municipio. Su debut fue el 7 de diciembre de 1969, encabezando el desfile de la Fiesta del Mar (López Tonón, 2019). A partir de allí, comenzó a promocionar a la ciudad dentro y fuera del país a través de la participación en diversos eventos. Inspirada en modelos foráneos, la Guardia del Mar se conformó en uno de los elementos promocionales más relevante de la ciudad (Castellucci y García, 2023). A pesar de las dificultades económicas que se fueron presentando, logró mantenerse en las distintas administraciones posteriores y pudo perdurar hasta la actualidad.

Por otra parte, las ideas imperantes en aquel momento de hacer de Mar del Plata un destino internacional, que por cierto no eran nuevas, requerían del apoyo de los gobiernos centrales, tanto para la promoción como para la inversión en infraestructura y planta turística<sup>6</sup>. El interés del Estado nacional parecía estar puesto en otros centros turísticos del país, considerados con mayores atributos para recibir un turismo internacional, lo que generaba cierto malestar en el gobierno y la comunidad local. No solo en la ley de promoción de la construcción

---

<sup>6</sup> La intención de fomentar el turismo internacional en Mar del Plata ya estaba presente en la década de 1930, durante el gobierno del intendente Camusso.



de hoteles de turismo internacional (Ley 17.752/1968) Mar del Plata había quedado excluida de los beneficios que dicha legislación otorgaba al sector, sino también y, en varias ocasiones, en la difusión de sus eventos en el calendario turístico nacional.

Pero, a su vez, el gobierno nacional, paradójicamente, brindó su apoyo al municipio mediante la elaboración de material promocional. Una actitud contradictoria que parecía no ser extraña en su accionar en otras áreas de gestión, tal lo manifestado por la prensa local ("Turismo: obras y amnesia", 1967, p. 6). Así, las acciones coordinadas con la Dirección Nacional de Turismo quedaron reducidas en torno a dos dimensiones que respondían a algunos de los objetivos de la política turística nacional fijada por la Revolución Argentina<sup>7</sup>. Por un lado, a la promoción de la ciudad mediante la edición y financiación de material impreso y audiovisual, en colores y traducido a varios idiomas, para ser difundido principalmente en el exterior. Por el otro, al asesoramiento a través de la elaboración de estudios técnicos, realizados por los profesionales de la dirección nacional, con identificación de problemas y sugerencia de posibles soluciones ("Con el Secretario de Difusión y Turismo", 1970, p. 6).

Mientras se aguardaban las decisiones del gobierno nacional respecto de la concreción de las obras públicas necesarias, la comuna se encomendó a la tarea de difusión del destino en el mercado internacional. Ahora bien, ¿qué estrategias adoptó Martí Garro para llevar a cabo la política de acción promocional en el exterior? En algunos momentos, la dirección municipal se valió de la colaboración de empresas de viajes foráneas, embajadas argentinas y empresas aerocomerciales extranjeras y argentinas, especialmente las agencias de Aerolíneas Argentinas radicadas fuera del país, quienes realizaron la distribución de folletería y de filmes documentales de Mar del Plata ("Amplia promoción de la ciudad en países sudamericanos", 1969, p. 8). Este material, traducido a varios idiomas, fue confeccionado y financiado por la Dirección Nacional de Turismo. Las acciones promocionales fueron variando durante los cinco años de gestión de Martí Garro. Los principales países considerados como mercado potencial eran Brasil, Perú, Paraguay y Estados Unidos y hacia allí se encaminaron todos los esfuerzos. Asimismo, desde el ente local se propiciaron convenciones, reuniones y visitas de agentes de viajes extranjeros y personal diplomático de otros países a la ciudad a fin de generar el arribo de contingentes provenientes del exterior.

Además de la entrega de material promocional, en otras ocasiones la comuna emprendió acciones en forma conjunta con otros organismos del sector público y privado. Esta articulación interinstitucional e intersectorial tuvo como objetivo ubicar a la capital veraniega argentina en el mercado turístico internacional. Así, en abril de 1970 realizaron una gira promocional de Mar del Plata en la costa oeste de Estados Unidos junto al gobierno provincial, el sector

---

<sup>7</sup> La política turística determinada por la Dirección Nacional de Turismo, y vinculada con lo dispuesto por el Consejo Nacional de Desarrollo (CONADE), se proponía cinco objetivos básicos: la planificación, la legislación en la materia, la acción de promoción en el exterior, el asesoramiento y el control.

privado y la *South American Travel Organization (SATO)*<sup>8</sup>. Los seminarios presentados en esa oportunidad tuvieron por finalidad lograr la incorporación de Mar del Plata a los itinerarios turísticos sudamericanos que se formulaban en Estados Unidos. Hasta ese momento solo incluían Buenos Aires y Bariloche cuando visitaban Argentina agregando, a veces, el norte del país y las Cataratas del Iguazú (“Promoción de Mar del Plata”, 1970, p. 10).

También estaba presente la intención de hacer de Mar del Plata una “ciudad de convenciones”, al igual que el gobierno socialista anterior. Con dicho objetivo se emprendieron algunas acciones promocionales al respecto, a pesar de la falta de apoyo de los gobiernos centrales en la adecuación y construcción de la infraestructura y planta turística necesaria para la realización de este tipo de eventos.

En cumplimiento con otras de las funciones determinadas por la Ordenanza 2.026/1963, la dirección municipal buscó fortalecer la organización de grandes espectáculos, tanto artísticos como deportivos. Teniendo en cuenta la relevancia que tenía para la ciudad la inauguración de la temporada estival en el mes de diciembre, se decidió celebrar nuevamente la Fiesta del Mar y la elección de su reina hacia fines de noviembre, a partir de 1967<sup>9</sup>. Año tras año, la fiesta fue adquiriendo mayor relevancia al entenderla como un elemento promocional que además posibilitaba la interacción con las organizaciones turísticas y culturales del interior del país y extranjeras.

Acorde con el objetivo revolucionario de “consolidar la cultura nacional” se confirió a la celebración un cariz vernáculo. Los conjuntos folclóricos eran invitados para otorgarle a la fiesta expresiones legítimas de la música autóctona. Si bien se trataba de un evento de carácter provincial, las primeras ediciones fueron fruto del esfuerzo mancomunado de las autoridades municipales, instituciones y fuerzas vivas de la ciudad. La colaboración del gobierno provincial para la realización de la IV edición de la fiesta llegó recién en 1970 con un aporte de \$ 3.000.000 (“Habló Martí Garro sobre obras públicas”, 1970, p. 7).

En general, y con base en las fuentes consultadas, se sostiene que la articulación entre provincia y municipio no siempre se caracterizó por su fluidez. Con el gobierno bonaerense, especialmente al inicio de su gestión, las acciones de coordinación interinstitucional presentaron algunas dificultades, lo que generó cierta “insubordinación” de parte de la repartición local. Los tiempos burocráticos de la dirección de turismo provincial no siempre coincidían con las necesidades del ente autárquico marplatense frente al inicio inminente de la temporada estival, por lo que algunas decisiones se tomaron en forma unilateral con el apoyo de las fuerzas vivas locales. Si bien el ejecutivo provincial pretendía que hubiese una mayor coordinación tanto entre municipio y provincia como entre los tres

---

<sup>8</sup> La SATO, creada en 1963, era una organización que agrupaba entidades oficiales y privadas de los países sudamericanos. Tenía como objetivo potenciar su oferta turística y unir recursos para enfrentar la competencia de los países europeos. En esos seminarios estaban presentes diversos agentes estadounidenses.

<sup>9</sup> La elección de la Reina del Mar se realizó por primera vez en 1910 y prosiguió de manera discontinua hasta 1954. Con el título de “Reina Provincial del Mar” se retomó en 1967, mediante la Ordenanza 680/1967.

niveles jurisdiccionales, este último no siempre fue posible debido a la exigua atención que, en general, turismo de Nación le propiciaba a Mar del Plata.

#### **4.2. Otras acciones: información y concientización turística**

La importancia que Martí Garro le había asignado al turismo en su gestión también quedó visibilizada en la decisión de construir un edificio propio para el organismo autárquico en el año 1968, mediante la Ordenanza 2.031. Hasta ese momento las oficinas de la Dirección Municipal de Turismo habían funcionado en forma contigua al edificio de la Municipalidad, el cual se encontraba en el centro cívico de la ciudad. Sin embargo, se entendía que el espacio debía estar preparado para una recepción cómoda de los turistas además de contar con una sala especial para proyecciones cinematográficas y un espacio de guardado del material promocional. La ubicación elegida para el nuevo edificio de dos plantas fue en Boulevard Marítimo 2267, frente al Casino, en un área neurálgica de tránsito de turistas (Castellucci y García, 2023).

La provisión de información al turista era otra de las funciones principales del organismo público. Para cubrir esta demanda en la ciudad se había dispuesto su prestación en la sede central y un stand en la Estación Terminal de Ómnibus. Allí se asesoraba y entregaba folletería al turista. Pero también, previendo la aparición de una demanda de alojamiento se habilitaba un "registro de casas de familia" que tuviesen comodidades para alojar a los visitantes ("Registro de Disponibilidad en la Dirección de Turismo", 1966, p. 3). Asimismo, se contaba con stands desarmables para ofrecer el servicio de información en eventos de diferente tipo, tanto en la ciudad como fuera de ella. La distribución de folletería además se realizaba en las vías de acceso a través de recepcionistas de la Dirección Municipal de Turismo quienes hacían entrega del material a los viajeros recién llegados. Los que lo hacían por la Ruta Nacional 2 recibían, además, muestras de diferentes productos de la industria marplatense ("Finalizó el concurso de parques y ventanas", 1967, p. 7).

Claro que la necesidad de información turística también era demandada en el principal centro emisor turístico del país: Capital Federal. A solicitud de la Asociación de Difusión y Promoción de Mar del Plata (ADIPROMAR), Martí Garro inició gestiones ante el gobierno provincial tendientes a habilitar un stand de informes y asesoramiento turístico en la Casa de la Provincia de Buenos Aires, instalada en aquella metrópoli. La creciente competencia de otros balnearios y la intención de ampliar el ciclo estival, lo hacía sumamente necesario. Mar del Plata había dejado de contar con una dependencia de ese tipo en 1948 cuando cesó en sus actividades la Asociación de Propaganda y Fomento que la había creado ("Oficina de Informes Turísticos en Bs. Aires", 1966, p. 4). Sin embargo, la ciudad recién pudo contar con un centro de información propio en la capital del país en agosto de 1972, con posterioridad a la gestión de Martí Garro.

Desde la cúpula de la Dirección Municipal de Turismo se pregona la importancia que tenía "la industria turística" para el progreso, el desarrollo y la economía de la ciudad. Pero también era necesario que todos los miembros de la

comunidad local tuviesen esa visión del turismo. Con ese objetivo, y dando continuidad a las acciones de concientización del exintendente socialista Lombardo, en 1967 el ente autárquico inició una “Campaña de Formación de una Conciencia Turística”. Estaba dirigida en forma particular a hoteleros, comerciantes, industriales, gastronómicos, conductores de taxis y colectivo, policías, mozos y a toda la población en general. Especialmente se brindaba una orientación y asesoramiento de cómo debía atenderse a los visitantes (“Campaña destinada a formar una verdadera conciencia turística”, 1967, p. 6).

Con un propósito claro de lograr un involucramiento de la comunidad local con el turismo y, a la vez, de promoción, la dirección municipal comenzó a organizar un certamen sobre motivos navideños. La primera edición se realizó en diciembre de 1966 y se prolongó hasta principios de la década del setenta. En un primer momento estuvo dirigido solamente a las casas y departamentos de familias. Posteriormente, y en algunas ediciones, se incorporó a los establecimientos hoteleros y comercios en general. A través de la entrega de premios, según las categorías estipuladas, se buscaba incentivar la participación de la comunidad local en un evento que permitía, a la vez, decorar con motivos festivos las calles de la ciudad (“Entrega de premio de un concurso para Navidad”, 1971, p. 7).

Ahora bien, al observar la actuación del Estado municipal y el lugar otorgado a los actores locales en la gestión de la actividad turística nos encontramos con diferentes modos de llevarla a cabo. La transversalidad que caracteriza al turismo, tal como apunta Velasco González (2016), implica el trabajo conjunto de diversos actores sociales. En este caso, se observa la importancia que asumió la participación del sector privado en su gestión, aunque el grado en que lo hizo estuvo condicionado por el contexto atravesado durante esos años. Fue el sector económico de las fuerzas vivas locales el que tuvo una notable participación en diversas acciones impulsadas por el organismo público de turismo mediante la colaboración en la consecución de tareas específicas, en la contribución monetaria o en el otorgamiento de descuentos tarifarios en los paquetes turísticos. Sin embargo, la participación también necesaria de otros sectores de la sociedad, como el caso de la comunidad residente, tuvo menor alcance. Se apeló su intervención solo para integrar una acción promocional, pero con nula participación en el proceso de toma de decisiones de la actividad en sí o en otro tipo de emprendimientos.

### **4.3. Un plan de turismo en el “tiempo social”**

Además de las acciones de fomento al turismo interno y al turismo internacional, el gobierno revolucionario se propuso reactivar el turismo social para los sectores de la comunidad menos favorecidos. Recordemos que uno de los objetivos de la Revolución Argentina atendía al denominado “tiempo social” y en materia de turismo se buscó recuperar esta modalidad que había impulsado el peronismo durante su gobierno.

En el caso de la Provincia de Buenos Aires, la dirección de turismo elaboró un plan de turismo social con base en la orientación dada por el poder ejecutivo bonaerense en lo referente al "tiempo social, igualdad de posibilidades, solidaridad y coparticipación de las entidades privadas en la acción de gobierno" ("Reactivarán el turismo social en la provincia", 1969, p. 2). Con ello se buscaba, además, una reactivación turística fuera de la temporada estival. Los beneficiarios de estos programas fueron jubilados, estudiantes y aquellos sectores de menores posibilidades económicas que no pudiesen acceder al turismo durante los periodos de temporada alta. Para su formulación y ejecución fue necesaria la articulación tanto entre organismos públicos de diferente jurisdicción (nación, provincia y municipios) y reparticiones e instituciones estatales (bienestar social, educación, previsión social y fuerzas armadas), como entre el sector público y el sector privado (empresas de transporte y de alojamiento hotelero). Este último sector brindó su colaboración en el plan turístico mediante la prestación de los servicios con una reducción tarifaria.

Por su parte, la dirección de turismo municipal en 1970 emprendió de manera experimental la organización del llamado "Primer Programa Vacacional Argentino para Estudiantes Secundarios" en coordinación con el gobierno provincial. El objetivo de este plan fue determinar la posibilidad de promover a la ciudad con fines turísticos en los sectores juveniles durante el periodo invernal, especialmente en el mes de julio. Mediante un trabajo conjunto con el Ministerio de Educación de la provincia y la Asociación de Hoteles, Restaurantes, Bares, Confeiterías y Anexos, quien se hizo cargo del alojamiento de los visitantes, se pudo concretar dicha experiencia de turismo social por dos años consecutivos. Este plan permitió que centenares de estudiantes de diversos partidos bonaerenses pudiesen disfrutar de la ciudad ("Estudiantes bonaerenses pasarán vacaciones de julio en esta ciudad", 1971, p. 6). Posteriormente, el gobierno nacional también implementaría un plan de turismo social de similares características.

## **5. Conclusiones**

Luego de cinco años a cargo de la intendencia, Martí Garro había logrado mantener el apoyo de algunos actores locales, entre los que se encontraban consejeros de la comunidad y dirigentes vecinales, pero también había sumado opositores a su gestión. Mientras que en el país habían cambiado dos presidentes y en la provincia tres gobernadores, varias entidades locales reclamaron con mayor fuerza el necesario recambio en la conducción de la comuna. Su "incapacidad conductiva" y sus "muestras de empecinamiento" fueron las razones expuestas ("Temas municipales para 7 días", 1971, p. 6).

En líneas generales, durante la intendencia de Martí Garro la Dirección Municipal de Turismo asumió un papel más dinámico en el fomento del turismo que el desempeñado por el gobierno socialista que lo precedió. Si bien dio continuidad a varias de las acciones realizadas durante la intendencia de

Lombardo y recuperó otras actividades de gobiernos anteriores, también introdujo herramientas, productos y acciones que contribuyeron al desarrollo de la actividad turística. Así, la promoción y la planificación fueron funciones que marcaron un diferencial en la gestión de Martí Garro.

Aunque su administración se enmarcaba en un gobierno militar que debía responder a las directivas emanadas por los gobiernos centrales, su política turística se fue construyendo con un importante apoyo del sector privado de las fuerzas vivas locales más que con el aporte de Provincia y Nación. Sin embargo, se trató de una articulación intersectorial selecta que se circunscribió a un círculo acotado de actores socioeconómicos. Esa aspiración inicial de un gobierno “de puertas abiertas”, al finalizar su gestión parecía haber quedado solo en el plano discursivo.

En sí, la concreción de planes promocionales y proyectos turísticos fue posible merced al trabajo conjunto y acciones coordinadas entre el ente autárquico y el sector empresarial, algunos de los cuales mantienen su vigencia hasta nuestros días. No obstante, otros sectores más amplios de la sociedad local con menor poder, como el caso de los residentes, quedaron relegados en la participación de acciones emprendidas por el organismo de turismo.

Con los gobiernos centrales, y especialmente con la administración nacional, la articulación interinstitucional se caracterizó por ser limitada. Esto terminó generando situaciones desventajosas y fueron en detrimento del desarrollo turístico de la ciudad. Sumado a ello, la falta de inversión para la modernización y el mantenimiento de la infraestructura turística traslucía una postura que tendía a la exclusión de Mar del Plata dentro de la política de turismo internacional del país y a la que la “ciudad feliz” aspiraba integrar afanosamente.

## **Bibliografía**

- Álvarez, A., y Reynoso, D. (1999). *Política económica en Mar del Plata, 1946-1996*. UCIP.
- Amplia promoción de la ciudad en países sudamericanos. (6 de agosto de 1969). *La Capital* (Mar del Plata), 8.
- Asumió el Interventor en Turismo. (4 de agosto de 1966). *La Capital* (Mar del Plata), 4.
- Campaña destinada a formar una verdadera conciencia turística. (16 de julio de 1967). *La Capital* (Mar del Plata), 6.
- Castellucci, D. (2018). Políticas públicas y espacios urbanos en ciudades turísticas. La peatonalización de la calle San Martín, Mar del Plata (Argentina), 1978-1980. *Aportes y Transferencias*, 16(2), 61-77. <http://nulan.mdp.edu.ar/3067/1/AT-2018-16-2-castellucci.pdf>
- Castellucci, D. (2019). La acción pública municipal frente a la crisis del turismo masivo en Mar del Plata, 1976-1983. *Registros*, 15(2), 52-72. <https://revistasfaud.mdp.edu.ar/registros/article/view/327>

- Castellucci, D. (2023). La política turística sobre la playa en un destino maduro. Mar del Plata (Argentina), 1976-1983. *PASOS*, 21(3), 597-608. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2023.21.041>
- Castellucci, D., y García, F. (2023). Entre dictaduras y democracias: las políticas públicas en turismo en la Mar del Plata de los años sesenta. En E. Pastoriza y M. Piglia (Comps.), *El apogeo de la "ciudad de todos". Mar del Plata en los años sesenta* (pp. 62-89). EUDEM. <https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/4032/1/castellucci-garcia-2023.pdf>
- Con el Secretario de Difusión y Turismo. (24 de julio de 1970). *La Capital* (Mar del Plata), 6.
- Conciencia turística. (7 de abril de 1967). *La Capital* (Mar del Plata), 4.
- Consejo Asesor Turístico. (15 de enero de 1967). *La Capital* (Mar del Plata), 6.
- ¿Corporativismo o hibridez en el Consejo de la Comunidad? (26 de agosto de 1968). *La Capital* (Mar del Plata), 6.
- Coronel Martí Garro creó Consejo de la Comunidad. (18 de junio de 1968). *La Capital* (Mar del Plata), 7.
- Cravacuore, D., Ilari, S., y Villar, A. (2004). *La articulación en la gestión municipal. Actores y políticas*. Universidad Nacional de Quilmes. <http://biblioteca.municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/agm.pdf>
- Decreto Ordenanza 317 de 1966. [Municipalidad de General Pueyrredon]. 24 de julio de 1966. *Boletín Municipal*, (155).
- Decreto 97 de 1967. [Municipalidad de General Pueyrredon]. 15 de febrero de 1967. *Boletín Municipal*, (938).
- Entrega de premio de un concurso para Navidad. (14 de enero de 1971). *La Capital* (Mar del Plata), 7.
- Es programada la próxima temporada. (14 de agosto de 1969). *La Capital* (Mar del Plata), 16.
- Estudiantes bonaerenses pasaran vacaciones de julio en esta ciudad. (23 de junio de 1971). *La Capital* (Mar del Plata), 6.
- Evaluación turística. (15 de enero de 1967). *La Capital* (Mar del Plata), 6.
- Expone sus planes el Intendente Municipal. (13 de julio de 1966). *La Capital* (Mar del Plata), 5.
- Finalizó el concurso de parques y ventanas. (5 de enero de 1967). *La Capital* (Mar del Plata), 6.
- Ha sido ratificada la disolución del Secretariado Vecinal. (12 de agosto de 1966). *La Capital* (Mar del Plata), 5.
- Habló Martí Garro sobre obras públicas. (17 de diciembre de 1970). *La Capital* (Mar del Plata), 7.
- Imaz: prioridad para el turismo. Fue informado por el intendente de la labor comunal. (10 de septiembre de 1967). *La Capital* (Mar del Plata), 4.
- Importante reunión mantuvo el intendente con el empresariado local. (30 de julio de 1966). *La Capital* (Mar del Plata), 4.
- Ley 7.214 de 1966 [Provincia de Buenos Aires]. 9 de agosto de 1966. *Boletín Oficial*, (15.717). <https://normas.gba.gob.ar/documentos/V9Z2ouW0.pdf>

- Ley 17.752 de 1968 [República Argentina]. 3 de junio de 1968. <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-17752-232558>
- López Tonón, C. (2019). La Guardia del Mar. 50 años engalanando la ciudad. *Revista Central*, (77). <https://www.yumpu.com/es/document/read/62746762/revista-central-77>
- Mallo, J. (Comp.). (2018). Sujeto, Estado, turismo: la construcción histórica de la agenda en el turismo. Universidad Nacional de La Plata. <https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/70989>
- Mar del Plata en una promoción turística en Tucumán y Mendoza. (4 de octubre de 1967). *La Capital* (Mar del Plata), 6.
- Oficina de Informes Turísticos en Buenos Aires. (1 de septiembre de 1966). *La Capital* (Mar del Plata), 4.
- Ordenanza 680 de 1967. [Municipalidad de General Pueyrredon]. 1 de noviembre de 1967. *Boletín Municipal*, (171).
- Ordenanza 2.031 de 1968. [Municipalidad de General Pueyrredon]. 28 de diciembre de 1968. *Boletín Municipal*, (430).
- Ordenanza 2.981 de 1969. [Municipalidad de General Pueyrredon]. 31 de diciembre de 1969. *Boletín Municipal*, (697).
- Osuna, F. (2017). El Ministerio de Bienestar Social entre el onganato y la última dictadura (1966-1983). Análisis de la estrategia de intervención social del Estado en la historia argentina reciente. *Estudios Sociales del Estado*, 3(6), 41-65. <https://doi.org/10.35305/ese.v3i6.123>
- Pastoriza, E. (2002). Los primeros pasos hacia un balneario de masas. Mar del Plata en los años treinta. En M. Bartolucci (Ed.), *Mar del Plata. Imágenes urbanas, vida cotidiana y sociedad* (pp.79-98). UNMDP.
- Pastoriza, E. (2008). Estado, gremios y hoteles. Mar del Plata y el peronismo. *Estudios Sociales*, 34, 121-146. <https://bibliotecavirtual.unl.edu.ar/publicaciones/index.php/EstudiosSociales/article/view/2616>
- Pastoriza, E. (2011). *La conquista de las vacaciones. Breve historia del turismo en la Argentina*. Edhasa.
- Pastoriza, E. (2012). La democratización social del balneario. La trayectoria de las asociaciones privadas. Mar del Plata en los años treinta. *Revista de Historia Bonaerense*, 19(40), 2-13.
- Pastoriza, E. (2016, julio). Paradojas del Balneario Popular. Controversias en torno a lo público y lo privado en los usos turísticos. Mar del Plata, siglo XX. Ponencia presentada en el *IV Congreso Latinoamericano de Historia Económica*, San Pablo, Brasil.
- Pastoriza, E. (2020). Consumo y ocio de los trabajadores. Hotelería sindical en la Argentina (1940-1990). *TsT: Transporte, Servicios y Telecomunicaciones*, 41, 167-188.
- Pastoriza, E., y Torre, J. C. (2019). *Mar del Plata: un sueño de los argentinos*. Edhasa.
- Pegoraro, V. (2023). *Mar del Plata: el mercado inmobiliario del ocio. Las empresas familiares en la industria de la construcción (1930-1990)*. Prometeo.



- Piglia, M. (2014). *Autos, rutas y turismo: el Automóvil Club Argentino y el Estado*. Siglo Veintiuno Editores.
- Promoción de Mar del Plata. (30 de abril de 1970). *La Capital* (Mar del Plata), 10.
- ¿Qué le falta a Mar del Plata? (14 de agosto de 1969). *La Capital* (Mar del Plata), 8.
- Reactivaran el turismo social en la provincia. (21 de noviembre de 1969). *La Capital* (Mar del Plata), 2.
- Registro de Disponibilidad en la Dirección de Turismo. (5 de noviembre de 1966). *La Capital* (Mar del Plata), 3.
- Se conocieron resultados de una encuesta sobre turismo. (25 de enero de 1973). *La Capital* (Mar del Plata), s.p.
- Temas municipales para 7 días. (26 de julio de 1971). *La Capital* (Mar del Plata), 6.
- Turismo: obras y amnesia. (23 de mayo de 1967). *La Capital* (Mar del Plata), 6.
- Velasco González, M. (2005). ¿Existe la política turística? La acción pública en materia de turismo en España (1951-2004). *Política y Sociedad*, 42(1), 169-195. <https://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/POSO0505130169A>
- Velasco González, M. (2016). Entre el poder y la racionalidad: gobierno del turismo, política turística, planificación turística, planificación turística y gestión pública del turismo, *PASOS*, 14(3), 577-594. [http://www.pasosonline.org/Publicados/14316/PS316\\_02.pdf](http://www.pasosonline.org/Publicados/14316/PS316_02.pdf)
- Zapata Campos, M. J. (2003). Los agentes turísticos: una aproximación desde la sociología y la ciencia política. En A. Rubio Gil (Ed.), *Sociología del Turismo* (pp. 213-247). Ariel.