

ESTUDIOS SOCIOTERRITORIALES

Revista de Geografía

ISSN 1853-4392 [en línea]



revistaest@fch.unicen.edu.ar



(0249) 4385771 Int. 5107

Centro de Investigaciones Geográficas (CIG)
Instituto de Geografía, Historia y Ciencias Sociales (IGEHCS)
Facultad de Ciencias Humanas (FCH)
UNCPBA/CONICET

ARTÍCULO CIENTÍFICO

ESTUDIO SOBRE LA MERCANTILIZACIÓN DE LAS PLAYAS EN
LA COSTA MARÍTIMA BONAERENSE

*STUDY ON THE COMMODIFICATION OF BEACHES OF
THE BUENOS AIRES MARITIME COAST*

Facundo Martín HERNÁNDEZ

N° 25 enero-junio 2019, e017

Sitio web: <http://revistaest.wix.com/revistaestcig>



Estudios Socioterritoriales. Revista de Geografía disponible en <http://revistaest.wix.com/revistaestcig>
se distribuye bajo una **Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial-Compartir Igual 4.0 Internacional**

Estudio sobre la mercantilización de las playas en la costa marítima bonaerense

Study on the commodification of beaches of the Buenos Aires maritime coast

Facundo Martín Hernández^(a)

Recibido: 24 de abril 2018 || Aprobado: 21 de diciembre 2018

Resumen

En las localidades costero-marítimas bonaerenses se encuentra vigente y en expansión un proceso histórico de ocupación y apropiación del espacio de playa a través de inversiones públicas y privadas para el desarrollo del turismo de 'sol y playa'. Este proceso ha sido definido como balnearización. El mismo, en el área de estudio, ha adquirido una tendencia a mercantilizar la playa, aspecto ligado a la reducción de espacios públicos, al avance privatizador y a la necesidad expansiva del capital para diversificar la oferta de servicios y productos. En función de este proceso, el objetivo del presente trabajo es proveer un análisis preliminar de la situación actual de las concesiones balnearias a escala regional, a través del análisis de los datos relevados en el estudio. De los resultados obtenidos, se pudo corroborar que los indicadores de balnearización, hacia el interior de la unidad regional investigada, se presentan en forma desigual y que algunos valores expresan problemáticas socioterritoriales. Para fines prácticos, se elaboró una cartografía específica para representar los resultados de los relevamientos.

Palabras clave: Sol y playa; Balnearización; Problemáticas socioterritoriales; Costa marítima bonaerense

Abstract

In the coastal-maritime towns of Buenos Aires, a historical process of occupation and appropriation of the beach space through public and private investments for the development of "sun and beach" tourism is in valid and expanding. This process has been defined as "balnearización". The same, in the study area, has acquired a tendency to commercialize the beach, an aspect linked to the reduction of public spaces, to the privatization progress and to the expansive need of capital to diversify the offer of services and products. Based on this process, the objective of this paper is to provide a preliminary analysis of the current situation of spa-beach concessions at a regional scale, through the analysis of the data collected in the study. From the results obtained, it was possible to corroborate that the indicators of balnearización, towards the interior of the investigated regional unit, are presented in an unequal form and that some values express socioterritorial problematic. For practical purposes, a specific cartography was prepared to represent the results of the surveys.

Key words: Sun and beach; Balnearización; socioterritorial problematic; Maritime coast of Buenos Aires

(a) Doctor en Geografía. Investigador Asistente del CONICET. Centro de Investigaciones Geográficas y Socio-Ambientales (CIGSA) Universidad Nacional de Mar del Plata. Funes 3350 (7600) Mar del Plata. Buenos Aires. Argentina, fmhernandez12@yahoo.com.ar

INTRODUCCIÓN

En varios de los destinos turísticos emplazados en la costa marítima bonaerense se presenta, como preocupación de un sector de la sociedad local, el avance de concesiones de la superficie de playa del Estado al capital privado, hecho que actúa en detrimento del espacio público. Esto ha sido interpretado por amplios sectores organizados y usuarios como un cercenamiento del derecho al libre acceso, circulación y permanencia en la playa, para el ocio y la recreación, debido a que se instalan en los espacios afectados a las concesiones una serie de infraestructuras y servicios al que acceden y consumen quienes abonan la estadía en el sector privado de playa.

En los asentamientos donde se presenta una ocupación densa o masiva de la playa, se profundiza la fragmentación socioespacial entre lo público y lo privado a través de cercos que anulan e impiden el paso de todo aquel que no sea cliente del balneario privado, a lo que se suma la presencia de personal de seguridad que custodia el territorio de la concesión^[1]. Si bien este proceso está en la raíz misma de la fundación de los pueblos del litoral marítimo bonaerense (desde fines del siglo XIX en adelante), el hecho de que sea denunciado, en la coyuntura actual por pobladores locales, en la mayoría de los casos agrupados en organizaciones y asambleas formadas ‘en defensa de la playa pública’, expresa un acontecimiento que justifica el abordaje de la temática. Este caso forma parte del conjunto de tramas socioespaciales en el que se presenta la desposesión de un espacio de pertenencia, público, patrimonial o un bien común, con el fin de facultar de derechos comerciales a

los actores beneficiados con las concesiones y/o privatizaciones. Tratándose de una problemática donde la dimensión espacial adquiere una relevancia directa, el campo geográfico presenta condiciones para aportar a su tratamiento.

Los trabajos de investigación focalizados en el uso mercantil de la playa en la costa marítima bonaerense, y las problemáticas socioespaciales asociadas, son escasos. Por lo general, la temática se presenta en apartados de artículos que estudian en forma integral el conjunto urbano que contienen las concesiones balnearias^[2] (Dadon, 2002; 2011, entre otros). Se destacan como aportes a las conceptualizaciones sobre el fenómeno de mercantilización de la playa los trabajos de Mantero (2006; 2009), a los que se agregan aquellos que tratan las tensiones territoriales generadas por las concesiones otorgadas por el Estado o la entrega de títulos de propiedad a privados de lotes en el litoral marítimo que permiten controlar parte o el acceso directo a la playa (Cicalese, 2001; 2002). Debido a que no son numerosos los estudios específicos de las playas bonaerenses como espacios mercantilizados en el área de estudio, el artículo es producto de una investigación de tipo exploratoria en la que se pretende exponer, en principio, una radiografía general de los balnearios en la subregión. Por tal motivo, el artículo presenta como objetivo general proveer un análisis preli-

[1] En el sentido que Sack (1986) le asigna al término, sostenemos que las concesiones balnearias que mercantilizan la playa, separando lo público de lo privado, tienen diferentes grados de ‘territorialidad’. La disposición de cercos como límites físicos, los circuitos cerrados de monitoreo para controlar a los empleados y custodiar los accesos, el personal de vigilancia con facultades de coerción a toda persona que invada el predio cedido por el Estado, son recursos y dispositivos que contribuyen al ejercicio de la territorialidad de las empresas que explotan las playas sobre el conjunto de los usuarios.

[2] Destacamos que existe una notoria variedad de trabajos que estudian de forma integral los asentamientos costeros que ofertan sus playas para el turismo. El centro de la atención está puesto en lo que acontece en los frentes urbano-costeros, franja espacial en el que se densifican las intervenciones territoriales, se multiplican los agentes actuantes y las pugnas por apropiarse de las ganancias generadas por el turismo y sus formas vinculantes con el mercado inmobiliario. En esta línea, se presentan modelizaciones de formas específicas y reiteradas de desarrollo espacial en los asentamientos turísticos (Artigues, 2001), por ejemplo, la *balearización* en España (Horrach, 2009; Blázquez, Murray y Artigues, 2011, entre otros), que hace alusión a un patrón de desarrollo combinado de urbanización y turismo que tiene en las Islas Baleares una expresión intensiva y expansiva. También son numerosos los trabajos que tratan únicamente sobre el impacto del turismo en el espacio de playa en diferentes casos de estudio (Chadefaud, 1987; Cicalese, 1997; Dadon, 2002; Yáñez Contreras, Ordóñez Flóres y Suárez Ávila, 2009; Da Silva, et al, 2011; Maguire; Miller; Weston y Young, 2011; entre otros).

minar de la situación actual de los balnearios a escala regional, a través del análisis de los datos relevados en el estudio, tanto los obtenidos de fuentes primarias como los de secundarias.

El artículo se divide en dos partes: la primera corresponde al encuadre teórico y metodológico sobre el que se base el estudio, en el que se realizan contribuciones desde una perspectiva geográfica y de la experiencia acumulada en trabajos de campo, a las definiciones de los conceptos utilizados para el estudio de la mercantilización de la playa. La segunda parte consiste en una breve presentación del caso de estudio y el análisis del mismo. Los resultados obtenidos, por un lado, contribuyeron a presentar una lectura espacial del desarrollo de un tipo específico de turismo y de una modalidad: la oferta de playas privadas o concesionadas. En el caso de estudio se constató, en términos generales, el grado de desarrollo de la mercantilización del espacio playa, las problemáticas asociadas, la existencia de una centralidad espacial dominante en los procesos de acumulación de infraestructuras y servicios, y la consecuente desigualdad que se reproduce en el interior de la escala regional respecto a las inversiones públicas y privadas en la playa y las rentas potenciales.

La separación parcial que realizamos para los fines prácticos de la investigación de lo que acontece en la playa respecto a lo que sucede en los frentes urbano-costeros, sujetos a la presión del sector inmobiliario y turístico, tiene como objetivo profundizar el estudio de la primera como una sub-unidad espacial de la segunda, sin dejar de reconocer que es un análisis específico e incompleto pero que, como tal, puede contribuir a estudios integrales que aborden el conjunto de un asentamiento turístico-costero o balneario o de la sub-región en conjunto.

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

En primer lugar, a nivel conceptual, cabe señalar que abordamos el espacio de playa como producto social, ya que cuando hagamos referencia a tal término será como recurso turístico en el que se sustenta, en parte, una economía

urbana. Esta transformación de un rasgo físico de la geografía de los litorales en un espacio producido socialmente se realiza bajo condiciones específicas y aspectos que se complementan. El primero a destacar es la playa como geoforma básica e imprescindible para el desarrollo de la práctica turística de 'sol y playa'. En función de lo anterior, además de ser el soporte material de la práctica, la playa se instala en el imaginario como un paisaje identificado con el ocio y la recreación. En función de sus atributos y funciones para la práctica turística, habilita a entender el espacio de playa como un recurso económico, en tanto se trata de una porción de tierra en contacto con el mar que, bajo determinadas condiciones geofísicas (clima, temperatura del mar, vegetación, composición edáfica, etc.), es acondicionada, producida y reproducida por agentes públicos y privados para su explotación a través de la creación en su superficie de infraestructuras orientadas a la comercialización de productos y servicios con el fin de obtener ganancias.

Respecto a la construcción social de la playa como recurso y atractivo turístico, destacamos el concepto de balnearización^[3] ya que el mismo realiza un aporte sustancial a la temática. La definición fue introducida por Mantero (2006, p. 177), quien la entiende como "el resultado de múltiples usos espontáneos y acciones deliberadas" que tienen como objetivo la generación de condiciones materiales y simbólicas para "ser y estar" en la playa. Si bien el autor no da especificaciones sobre su delimitación, consideramos que la balnearización se trata, en términos de Knafo (1996), de una forma particular de turistificación^[4], que acondiciona el espacio me-

[3] La cualidad que distingue la tipología 'sol y playa' de las demás formas de turismo, son las prácticas combinadas de interacción con el mar, principalmente: los 'baños de mar'; y con la radicación solar: 'baños de sol'.

[4] Para Knafo (1996, p. 61), la turistificación es el proceso por el cual se transforma un determinado lugar en un destino o atractivo turístico, mediante "la apropiación del territorio por un grupo, actor o agente del territorio, cuya identificación común sería la práctica turística". El autor identifica tres fuentes o vectores principales de turistificación: "1) los turistas; 2) el mercado; y 3) los planificadores y promotores territoriales" (Knafo, 1996, p. 68).

diante la habilitación de accesos a la playa, los puestos de vigilancia del guardavida, los estacionamientos, los restaurantes, las carpas, un complejo hotelero edificado en la arena, etc. Se trata de todo tipo de infraestructuras que cumplen una función recreativa y de ocio en el espacio de playa, configurándolo, produciéndolo y reproduciéndolo, y asignándole identidades.

A la conceptualización efectuada por Manteiro (2006), proponemos sumarle apreciaciones que aporten a su caracterización. En primer lugar, puede decirse que del ‘ser y estar’ se deriva el consumir ‘en y la playa’. Al ingresar a un balneario privado o alojarse en un hotel inserto en la playa, el usuario deja de ser tal y se transforma en cliente de una empresa oferente de servicios. En este caso, la balnearización implica producir, en forma directa, espacios económicos sobre las necesidades diversas de la demanda favoreciendo a la mercantilización de la playa en la medida que se ofertan más espacios, productos y servicios^[5]. Podemos concluir que cuando el proceso de balnearización está perfilado a la obtención de ganancias, la playa se mercantiliza. Alcanzado este punto, balnearización y mercantilización se homologan, al transformarse el espacio de playa en la pugna de los sectores interesados en su explotación y en el que confluye la fuerza laboral empleada para la edificación, mantenimiento y desmantelamiento de las instalaciones e infraestructuras, y para la atención del cliente.

Una de las formas más representativas del proceso de balnearización, en el área de estudio y que por tal motivo abordaremos, es el loteo de la superficie de playa con el fin de instalar variados servicios comerciales y recreacionales ligados al turismo en general y a la práctica de ‘sol y playa’ en particular (restaurantes, tiendas de ropa, piletas, juegos, etc.) denominadas unidades balnea-

rias (Ub). Tal espacialidad turística, dominante en las playas turísticas bonaerenses, se produce a través de las concesiones otorgadas al sector privado por parte del Estado municipal (la mayoría de las playas en la sub-región están bajo jurisdicción local), provincial (solo en el caso del Complejo Punta Mogotes, Mar del Plata) y de empresas propietarias de tierras costeras con playas (solo en el caso de las playas al sur de Mar del Plata). En todos los casos, el derecho de explotación de la playa, cedido a través de un contrato de concesión, implica el pago de un *canon* y el cumplimiento de diferentes obligaciones contractuales, tales como el mantenimiento o un plan de obras a concluir en las fechas fijadas.

La tendencia predominante es que el lote cedido por concesión sea subdividido en parcelas (microespacios equipados) que son ofertados en concepto de alquiler para permanecer en la playa con mayor resguardo y/o confort (carpas, sombrillas, tiendas) denominados unidades de sombra (Us), que generan un tipo específico de renta que, en forma preliminar, denominamos ‘balnearia’. La subdivisión del espacio que acontece es semejante a la parcelación inmobiliaria, con las diferencias de escalas y funciones. El motivo de la comparación es que en la observación directa se concluye que el parcelamiento urbano penetra en la organización del espacio de playa, incluso los planos de los balnearios emulan los loteos urbanos (Figura 1) y el paisaje resultante es una continuidad o extensión de la urbanidad (Figuras 2 y 3).

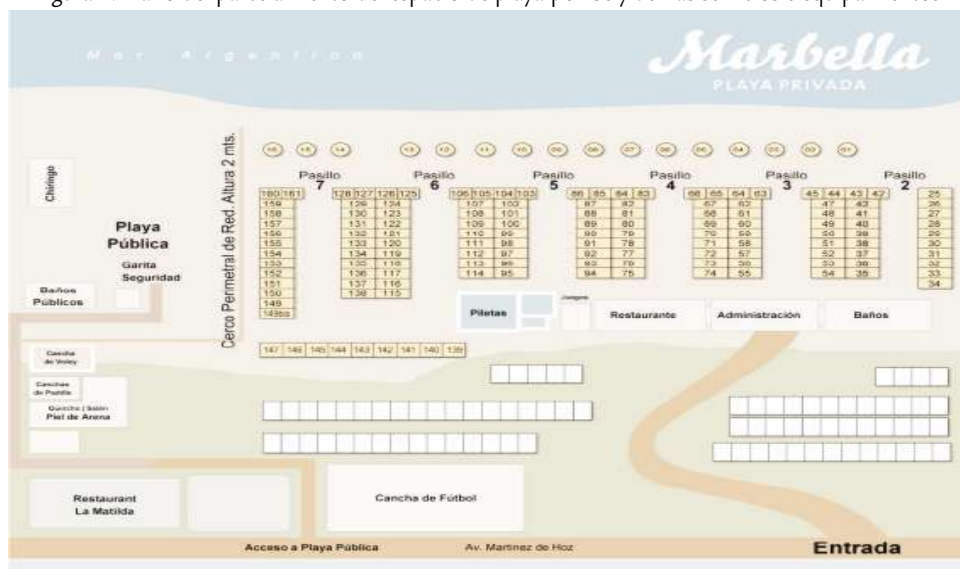
Es importante remarcar una diferencia sustancial entre los sistemas de objetos turístico-urbanos y los turístico-balnearios. Los primeros son más fijos: un objeto que forma parte de la infraestructura urbana es más complejo y oneroso desmantelarlo, algunos pueden ser modificados, no obstante, son sustituidos para que se realice un nuevo contenido. En cambio otros perduran, resisten a la dinámica espacio-temporal, reproduciendo lo que Santos (2000, p. 38) denomina “rugosidades”, esto es: “tiempo pasado materializado en el espacio, herencias morfológicas de carácter socio-territorial que persisten”. A diferencia de lo urbano, parte de

[5] La balnearización incluye servicios que pueden no estar mercantilizados, como la seguridad; pero los mismos contribuyen a habilitar un proceso de desarrollo turístico, por ejemplo, en una playa, el que exista o no un servicio de guardavidas hace la diferencia. Por otro lado, el sector inmobiliario se beneficia en base al desarrollo turístico de las playas al incrementarse el valor inmobiliario de las propiedades según su proximidad a la costa.

los objetos instalados por la balnearización son móviles, flexibles y plásticos: las carpas y sombrillas, los puestos de comidas y bebidas, se puede dismantelar y despejar el espacio de playa en las épocas del año en las que no se haga un uso turístico de las mismas. En efecto, algunos objetos son instalados en la playa

en la temporada turística y retirados al final de la misma, entonces, esa emulación de lo urbano que representa el uso mercantil de la playa es efímera, siguiendo el ciclo del movimiento turístico, como una forma secuencial y temporal de territorialización-desterritorialización-territorialización (Figura 4).

Figura 1. Plano del parcelamiento del espacio de playa por Us y demás servicios e equipamientos



Fuente: Marbella. Playa Privada. Playas del sur de Mar del Plata

Figura 2. Imagen satelital del espacio de playa ocupado por las Ub y sus respectivas Us en la costa norte de Pinamar



Se puede observar que los balnearios emulan la urbanidad lindera, asumiendo cualidades paisajísticas de continuidad de lo urbano en la playa

Fuente: Google Earth (2016)

Figura 3. Foto de las Ub en las playas céntricas de Pinamar en época invernal (año 2012) sin estar instaladas las Us



En la actualidad, parte de las Ub han sido demolidas y reconstruidas con un concepto más sustentable, con materiales de madera, sobre palafitos, que mejoran el sentido estético del paisaje balneario al atenuar su homologación al paisaje urbano.

Fuente: archivo personal

Figura 4. Playa Varese (Mar del Plata)



Foto izquierda: septiembre de 2005 en plena obra de remodelación y equipamiento.

Foto derecha: en la temporada estival de 2009, con las obras concluidas, el balneario y demás servicios comerciales funcionando y las 400 Ub habilitadas desplegadas en la superficie de arena

Fuente: archivo personal

METODOLOGÍA

Proponemos abordar la mercantilización de la playa en base a dos unidades de análisis. En primer lugar, están las Ub que son producto de una concesión del Estado (en este caso, son denominadas jurídicamente Unidades Turísticas Fiscales -UTF-) o de privados. Éstas fueron contabilizadas por localidad desde San Clemente del Tuyú (primera ciudad balnearia del sector nordeste de la costa marítima bonaerense con Ub) hasta Monte Hermoso (última ciudad balnearia del sector sudoeste de la costa marítima bonaerense con Ub) y luego agrupadas en cada uno de los nueve municipios a los que pertenecen (Mapa 1 y Tabla 1). A través de imágenes satelitales (extraídas del

programa Google Earth) se obtuvo el porcentaje (aproximado) de ocupación de las concesiones en el espacio de playa. Para tal fin, se delimitó la superficie de arena a medir teniendo en cuenta solo la zona de playa en la que existen espacios concesionados. Para realizar los cálculos aproximados, se utilizó una malla de puntos, diseñada en base a la escala de las imágenes satelitales, a partir de la cual se hicieron las mediciones^[6], para

[6] Se trabajó con imágenes extraídas del Google Earth tomadas durante días de la temporada estival del año 2016, a una escala de 1cm: 40m, para obtener una mayor precisión en las mediciones. Las imágenes fueron impresas en la máxima resolución y sobre la misma se midieron las superficies concesionadas, que pueden ser claramente delimitadas, con la malla de puntos diseñada.

poder así obtener la superficie (aproximada) liberada de la privatización (espacio público) y determinar el porcentaje que ocupan las concesiones balnearias sobre el total de la playa. Cabe señalar que en las ciudades de mayor desarrollo turístico y que presentan una diversidad de playas que difieren en sus formas de balnearización, tanto en cualidades como en cantidades, las Ub no solo fueron sumadas por localidad sino que también fueron segmentadas por sector (por ejemplo, en Mar del Plata se dividió en Norte, Centro, Punta Mogotes y Sur). Por último, el relevamiento de la cantidad y tipo de servicios ofertados en las Ub, necesario para instancias clasificatorias que se proponen en el artículo, fue realizado mediante información obtenida en los portales de las empresas, consultas por correo electrónico y teléfono (en el caso de que no se pudiese obtener de las dos primeras formas), fotografías tomadas en los trabajos de campo (campañas 2016 y 2017), a lo que se suman imágenes satelitales en las que se visualizan las formas de distribución en el espacio de las infraestructuras e instalaciones ligadas a la oferta de bienes y servicios en las Ub.

Como segunda unidad de análisis, se trabajó con las Us que son el resultado del parcelamiento de las Ub para ofertar sombra, resguardo y confort en la permanencia del cliente en la playa. La contabilización de las Us fue efectuada en cada Ub a través de los planos de alquileres provistos por las empresas propietarias de la concesión o, en el caso de que no fuese posible, mediante el relevamiento en campo. Como indicador cuantitativo de la mercantilización de la playa se trabajó con lo que definimos como Renta Potencial Balnearia (Rpb). Cabe destacar que hacemos el uso del término 'renta', ya que se trata de la obtención de beneficios derivados de la cesión de suelo arenoso por parte del Estado y, en menos casos, de privados, a empresas adjudicatarias de las concesiones para desarrollar Ub de las que obtienen, generalmente, las mayores ganancias a partir del alquiler de Us. Es decir, por un lado el Estado (Municipal o Provincial) o el privado 'arrienda' parte de su patrimonio físico

para que el beneficiado subalquile la superficie de playa a los clientes, a través de una nueva subdivisión del lote.

La Rpb no es un valor real, sino que representa la renta que pueden obtener como máximo las Ub por el alquiler de las Us. Esto se calculó a través del relevamiento de los precios de alquiler de las Us para la temporada estival 2016-2017. Los mismos son recabados sistemáticamente todas las temporadas estivales desde el año 2005. Debido a que los precios difieren en las distintas quincenas que componen la temporada estival, el correo electrónico o el llamado telefónico de consulta se envía en cuatro momentos diferentes del año: en el mes de noviembre (consultando precios para diciembre), en diciembre (consultando precios para enero), en enero (consultando precios para febrero) y en febrero (consultando precios para marzo). A esto se suma que, en varios balnearios, las Us tienen precios diferenciales según el tipo (sombra, carpa y *guarum*^[7]) y su emplazamiento (próximo al mar, cerca de la pileta, etc.), cada una de estas variables fueron tenidas en cuenta en las consultas, ya que con la información reunida previamente se conoce qué tipo de servicios básicos y diferenciales oferta cada balneario. La finalidad de trabajar con este nivel de detalle es para que los datos obtenidos sean lo más precisos posible. Los resultados, tanto en el caso de las Ub como en las Us, fueron sumados por localidad o sectores de playa^[8] y cartografiados temáticamente.

Como ejercicio taxonómico, se efectuó una clasificación básica de los procesos de mercantilización de las playas tomando como variables dominantes, por su capacidad explicativa del fenómeno socioespacial, el porcentaje de ocupa-

[7] Son unidades de sombra ofertadas únicamente en los balnearios más exclusivos. Consisten en sustituir la clásica carpa de toldo por cabinas o *box* de madera amplios, separados entre sí, garantizando privacidad, y equipados, además de todos los artículos típicos de playa, con camastros y sillones que brindan mayor confort.

[8] Esto último, en los asentamientos turísticos de mayor desarrollo y extensión, en los que se suelen encontrar hacia el interior de la escala local situaciones en los que amerita tratar y ponderar ciertos espacios de playa en forma diferenciada a otros.

ción de las áreas mercantilizadas y la densidad de infraestructura turística en relación a la superficie de playa; y como variable complementaria la cantidad de trabajadores movilizados, tanto aquellos que venden su fuerza de trabajo para construir y mantener los balnearios, como los que se dedican a la atención del turista. A partir de estas variables, directamente proporcionales, identificamos tres tipos de mercantilización de playa, según su intensidad, más un nivel que indica la inexistencia de establecimientos comerciales en la playa: alta, media, baja y no mercantilizadas. Estas cuatro tipologías están sintetizadas en la Figura 5.

Otra forma taxonómica de abordar la mercantilización del espacio de playa es clasificarla según el tipo de servicios ofertados por los sectores privados y/o públicos. La propuesta es, *a priori*, clasificarlos en tres tipos generales: 1- básicos (seguridad e higiene); 2- simples (suman gastronomía y Us) y; 3- compuestos (todo tipo de servicio que diversifica la oferta simple), estando los mismos sintetizados en la Figura 6. Si bien no es exacto, se puede generalizar que hay una relación directamente proporcional entre las tipologías referidas al nivel de mercantilización y a la de los servicios. Esto último puede expresarse como una tendencia que indica que ‘a mayor diversidad de servicios es esperable una mayor

mercantilización, a lo que se suma una tendencia a que se alcancen mayores extensiones de playas afectadas a la privatización debido a que la diversidad de bienes y servicios ofertados requiere más superficie concesionada al sector privado’.

Por último, los estudios sobre la mercantilización de la playa requieren un detenimiento sobre temas referidos a las normativas que regulan y habilitan la privatización. Esto adquiere importancia porque la costa marítima es una franja territorial pública y para efectuar las concesiones al capital es necesario el armado de una superestructura específica que contenga leyes (por ejemplo: de cesión administrativa de una escala político-administrativa a otra), ordenanzas o decretos locales (por ejemplo: las que determinan el *canon* que abonan los concesionarios), instituciones estatales (por ejemplo: entes o secretarías de turismo) y corporativas (cámaras empresariales, directorios de empresas), y un aparato publicitario a escala regional (a cargo de la provincia), local (a cargo del municipio) y por Ub (a cargo del concesionario), que proyectan imaginarios sobre los cuales se pretende acaparar la atención del potencial turista. El relevamiento de las normas que definen responsabilidades respecto al uso, manejo, gestión y administración de la playa son indispensables para el análisis espacial.

Figura 5. Tipología de playas según nivel de balnearización

<p>MERCANTILIZACIÓN ALTA: la superficie de playa se encuentra ocupada en más del 50% por infraestructura balnearia y turística para comercializar bienes y servicios ligados en forma directa o indirecta a la práctica turística de "sol y playa". Esto se condice con un avance de la privatización de la playa al quedar reducido el espacio público a menos de la mitad. En la costa bonaerense, la mayor parte de la superficie concesionada al capital privado está ocupada por <i>us</i>. Suelen ser las playas en las que se presenta una mayor demanda laboral.</p>			PLAYA CÉNTRICA DE MAR DEL PLATA
<p>MERCANTILIZACIÓN MEDIA: la superficie de playa se encuentra ocupada entre el 25 y el 50% por infraestructura balnearia y turística para comercializar bienes y servicios ligados en forma directa o indirecta a la práctica turística de "sol y playa". Esto se condice con una privatización de la playa pero en la que prevalece el espacio público. En la costa bonaerense, la mayor parte de la superficie concesionada al capital privado está ocupada por <i>us</i>. Por lo general, suelen ser las playas con mediana movilidad laboral.</p>			PLAYA CÉNTRICA DE VILLA GESELL
<p>MERCANTILIZACIÓN BAJA: la superficie de playa se encuentra ocupada en menos del 25% por infraestructura balnearia y turística para comercializar bienes y servicios ligados en forma directa o indirecta a la práctica turística de "sol y playa". Esto se condice con una escasa privatización de la playa. En algunos casos, queda como un hecho aislado en el espacio y en otros no se trata de una apropiación de lo público sino de <i>us</i> ofertadas dentro de espacios no cercados y de libre paso. Suelen ser las playas con escasa movilidad laboral.</p>			PLAYA CÉNTRICA DE CLAROMECHÓ
<p>NO MERCANTILIZADAS: la superficie de playa se encuentra sin ocupación por infraestructura comercial. Se presenta, en algunos casos, sólo el equipamiento de seguridad y rescate. Las playas sin seguridad balnearia son tipificadas como agrestes. La totalidad de la playa está garantizada como pública. Suelen ser las playas sin movilidad laboral o sólo con la presencia de guardavidas.</p>			PLAYA DEL BALNEARIO MAR CHIQUITA

Fuente: elaboración personal con base en archivo fotográfico personal y Google Earth

Figura 6. Tipología de servicios balnearios



Fuente: elaboración personal con base en archivo fotográfico personal y Google Earth

CASO DE ESTUDIO: LA COSTA MARÍTIMA BONAERENSE Y SU CONSTRUCCIÓN ESPACIO-TEMPORAL

El recorte territorial de la investigación es la costa marítima bonaerense (Mapa 1) y sus playas turísticas. Dicha sub-región se extiende desde su límite NE en el Cabo San Antonio (próximo a San Clemente del Tuyú, partido de La Costa) hasta Pehuen-Có (partido de Coronel Rosales)^[9], totalizando 13 municipios y 38 localidades turísticas diseminadas en 730 kilómetros de costas en las que se distribuyen más de 100 km² de playas aptas para la práctica de ‘sol y playa’. El conjunto de localidades nuclea, según el Censo 2010, a casi 900 mil habitantes (INDEC, 2011) posicionándola por encima de la población censada en doce provincias argentinas^[10].

La llamada ‘costa atlántica’ no es solo una región turística, se trata de una configuración territorial que tiene que ser diferenciada de la unidad espacial que la contiene: la pampeana, región agroexportadora. La sub-región en cues-

tion está definida por sus rasgos físicos de litoralidad, pero su construcción como tal nace de la historia, es decir, de un pasado vivido en común por una comunidad que se asentó y ocupó las costas a partir de que las mismas se consolidaban como asentamientos que tenían como principal función ser los destinos turísticos de miles de argentinos^[11]. Entonces, la balnearización en la costa marítima bonaerense es un fenómeno fundante de la sub-región.

Desde fines del siglo XIX, la mayoría de los asentamientos costeros de la provincia de Buenos Aires han desarrollado sus litorales en función de la práctica turística ligada al uso de la playa y el mar. En sus orígenes decimonónicos, la interacción del turista -en aquellos años, la elite porteña- con el ambiente costero, estaba ligada a la necesidad de las clases altas de reproducir un escenario de ocio y sociabilidad que

[9] Quedan por fuera de la delimitación territorial las playas al sur de Puerto Belgrano y Bahía Blanca, por presentar cualidades socio-ambientales ligadas a las costas patagónicas, sin que el producto turístico de ‘sol y playa’, sea el rasgo dominante en la definición del espacio socialmente producido.

[10] Jujuy, Catamarca, La Rioja, Santiago del Estero, Formosa, San Juan, San Luis, Neuquén, La Pampa, Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego.

[11] Si bien centros urbanos como Mar del Plata y Necochea, incluidos dentro de la sub-región que hemos delimitado, han diversificado sus economías incorporándose a circuitos portuario-industriales, las mismas siguen formando parte de ese grupo de localidades que están condicionadas por el mercado turístico, que han configurado parte de su espacio urbano en función del desarrollo de una franja o frente costero, edificando fachadas marítimas y que siguen reproduciendo valores identitarios e imágenes -paisajes- ligadas a la práctica turística, aspecto que las enlaza más al resto de las localidades balnearias que a las configuraciones urbanas de los cordones industriales de la región.

emulase la moda que se había instalado en Europa. En dicho contexto, se inauguró la primera temporada de verano en Mar del Plata en el año 1888, con la incorporación del balneario a la red ferroviaria. En tal asentamiento turístico, las ramblas oficiaron de objetos arquitectónicos medulares en la balnearización y mercantilización de la playa, ya que no solo contribuían a instalar espacios adecuados y estratégicos para la ‘mirada del turista’ (Urry, 2004), sino que además se transformaron en verdaderos paseos comerciales (Cova, 1980) en el que se instalaban sucursales comerciales, casas de alta moda, joyerías y demás rubros ligados al consumo suntuoso de las elites epocales (Mantobani, 2002).

En la década de 1930, nutridos por una ascendente clase media, los destinos turísticos de ‘sol y playa’ comenzaron a ser más convocantes y a partir de los dos primeros gobiernos peronistas (1946-1955), en el que se suman sectores de la clase obrera mediante políticas activas del Estado y de los sindicatos (Pastoriza, 2011), se inicia un proceso tendiente a masificar la práctica turística. A medida que se profundiza la ruptura del turismo como práctica exclusiva de las elites, el proceso de balnearización se intensificó y adquirió nuevos rasgos. En parte, esto se logró expandiendo la superficie de playa concesionada al capital para la construcción de Ub y el parcelamiento para las Us. Las formas que contenían el turismo elitista no pudieron sostenerse, pasando la balnearización a convertirse en un proceso que se apoyaba en la oferta de servicios recreativos, lúdicos y diversos, con una tendencia de orientarlos hacia el grupo familiar.

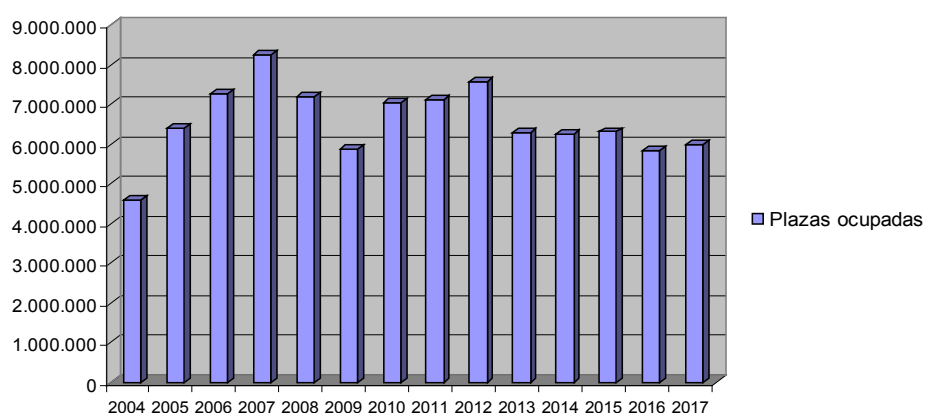
Consolidadas en la década de 1970^[12], el conjunto de localidades turísticas que pueblan el li-

[12] Cabe destacar que entre las décadas de 1930 y 1970, se fundó el mayor número de localidades balnearias en la costa marítima bonaerense. En total fueron 25 que representan el 65,8% de las localidades existentes en la sub-región.

toral se reafirmaron como una unidad espacial, una sub-región, producto de la combinación del capital inmobiliario con el turístico como denominador común de la economía regional, siendo la balnearización y la estacionalidad turística una expresión espacio-temporal inédita en el país^[13]. Las décadas subsiguientes, de 1980 y 1990, estuvieron signadas por crisis socioeconómicas (hiperinflación a fines de la década de 1980, desempleo en la década de 1990) que impactaron en la realización del capital instalado en las playas, debido a las sucesivas caídas en los flujos turísticos direccionados hacia la sub-región. El período abierto por el fin de la convertibilidad, en el año 2002, sumado a una paulatina recuperación del empleo y del poder adquisitivo de los sectores medios, permitió la recuperación de los indicadores turísticos, hasta alcanzar en el año 2007 su punto más elevado de la tendencia ascendente para retornar (Gráfico 1), en los años subsiguientes, al comportamiento inestable de los flujos turísticos direccionados a la sub-región que caracteriza el período abierto desde la crisis social y política de la última Dictadura Militar de fines de la década de 1970. No obstante, el crecimiento turístico post-convertibilidad (2003), estimuló inversiones públicas y privadas en las áreas de playas que tenían como finalidad diversificar los servicios turísticos, ampliar la oferta de Ub y Us, y mejorar las condiciones ambientales de aquellos espacios públicos y espacios comerciales que estaban degradados por falta de mantenimiento y reinversión.

[13] La diferenciación de la región pampeana fue reconocida geopolíticamente al fundarse cuatro nuevos municipios en el sector costero, con el fin de separarlos de gobiernos locales, asentados en localidades distantes de la costa, que priorizaban la actividad rural. Se crean por Decreto Ley N° 9024/78, 9245/79 y 9504/80, los municipios urbanos de La Costa, Pinar, Villa Gesell y Monte Hermoso.

Gráfico 1. Suma del total de plazas turísticas ocupadas en Mar del Plata, Villa Gesell y Pinamar



Estas tres localidades representan tres cuartas partes de la oferta habitacional y hotelera de la sub-región

Fuente: elaboración personal con base en la Encuesta de Ocupación Hotelera (INDEC, 2018)

RESULTADOS: BALNEARIZACIÓN EN LA COSTA MARÍTIMA BONAERENSE, RADIOGRAFÍA ACTUAL

En la actualidad, el proceso de balnearización en la costa marítima bonaerense ha alcanzado su mayor nivel de complejidad debido a la heterogeneidad en el tipo de servicios que se oferta en las diferentes playas. Por un lado, existen destinos turísticos que han alcanzado una importante diversidad y densidad en la oferta de servicios de playa, sobre aquellos que contienen flujos masivos turísticos y una tendencia a incluir diferentes niveles socioeconómicos (ABC1, C2 y C3^[14]) que acceden al turismo (Mar del Plata centro y Complejo Punta Mogotes, Necochea, Miramar, Villa Gesell centro, Pinamar centro).

[14] La segmentación por niveles socioeconómicos se utiliza para estudiar el acceso de los diferentes estratos al consumo a través de su capacidad de gasto, aunque también es tenido en cuenta el nivel educativo, tipo de empleo, movilidad, destinos turísticos elegidos, entre otras variables. Para mayo de 2018, la consultora W, especializada en las mediciones de los niveles socioeconómicos, arrojaba 8.770 U\$s (el dólar oficial a mayo de 2018 tuvo un valor promedio de 24,50\$AR) como ingreso promedio para un núcleo familiar de cuatro miembros del segmento ABC 1 (clase alta), mientras que la C2 (clase media-alta) el ingreso era de 2.775 U\$s para el mismo mes y la C3 (clase media) 1.430 U\$s. Según las estimaciones de dicha consultora, la ABC1 representaría el 5% de los hogares, mientras que la C2 el 17% y las C3 el 28%. Este dato está indicando que aproximadamente el 50% de los hogares del país puede ahorrar y desplazarse hacia algún destino turístico de la costa marítima bonaerense accediendo a diferentes tipo y calidad de servicios, según sus posibilidades económicas.

En cambio, otros lo han hecho sobre la base de reproducir nichos de playa más selectos, con servicios y productos variados, en un ambiente con un sentido estético, con variadas intervenciones territoriales cuidadas y de confort, apuntando a generar una ganancia reforzada por un mayor gasto por turista (Cariló, Mar de las Pampas, norte de Pinamar, algunas playas del sur de Mar del Plata y el complejo Playa Grande). Entre estas caracterizaciones, existen múltiples formas que asume la balnearización de las playas dentro de un esquema general de desarrollo turístico, por ejemplo, destinos basados en la tranquilidad y escasa movilidad *-lo slow-* (Mar del Sud, Balneario Orense, Balneario Reta) y en la preservación de la naturaleza *-lo eco-* (Pehuen-Có, Centinela del Mar, Balneario Los Ángeles); u orientados al grupo familiar con niños (Miramar y Necochea), a un consumidor joven (Villa Gesell), a los deportes náuticos (Balneario Mar Chiquita), a la pesca (Balneario Marisol), entre los más singulares.

Siguiendo los lineamientos metodológicos, en el Mapa 1 y en la Tabla 1 podemos dar cuenta de la tendencia a concentrarse la mercantilización del espacio playa en las costas de la ciudad de Mar del Plata. Si tomamos como indicador el número de Ub, el dato que se destaca es que de las 300 Ub que ocupan el espacio costero de la sub-región, casi la cuarta parte se asientan

en las playas de dicha ciudad (24,3%). No obstante, si incorporamos un indicador más específico, que dé cuenta de la expansión física del uso comercial en la playa, como puede ser la cantidad de Us, el dato que se desprende es que de las 50.000 aproximadamente desplegadas en toda la costa bonaerense, Mar del Plata concentra el 41,5%. Al margen de que dicha ciudad ha alcanzado cierto desarrollo en otras ramas de la economía^[15], sigue siendo significativo el aporte de la temporada turística en la economía local y en las economías familiares al ser un momento del año en el que se multiplica la oferta laboral para los grupos etarios más jóvenes de la PEA (Población Económicamente Activa). El hecho de contener un turismo de masas contribuye a que el paisaje urbano de los frentes costeros céntricos penetren las playas, reproduciendo la tendencia a urbanizarlas^[16].

Mar del Plata presenta una oferta turística que incluye a todos los sectores sociales con capacidad de ahorro para la práctica turística, ya que la ciudad, a medida que se fue habilitando para sectores medios y parte de la clase trabajadora, ha conservado nichos exclusivos para las clases altas. Esto se traduce no solo en una ocupación densa de las playas, sino también en una transferencia de formas y contenidos urbanos a dicho espacio. Finalmente, debido a la exigüidad del espacio playa, el equipamiento balneario, sujeto a las necesidades del mercado, avanza sobre espacios públicos, reduciéndolos en varios sectores a menos del cuarto de la su-

perficie total de la playa, como es el caso de playas céntricas del Complejo La Perla (Figura 7), Perla Norte, Las Toscas, Playa Grande y playas del sur de la ciudad.

En Mar del Plata hay complejos balnearios que nuclean a las clases medias, que son las que proveen el mayor número a los flujos turísticos que se desplazan a la sub-región, como el Complejo Punta Mogotes, que por sí solo congrega a más de 8.000 Us, cantidad que ninguno de los municipios restantes de la costa marítima bonaerense supera. Dicho complejo se ha transformado en la intervención territorial más extensa abocada a la oferta de servicios turísticos de playa del país. Su superficie total es de 930.000 m², de los cuales 22.000 m² es superficie construida cubierta y semicubierta que forma parte de las 24 Ub que componen el complejo, mientras que 96.000 m² de las playas están ocupadas por la Us de las mismas y 400.000 m² están asfaltados para el estacionamiento que tiene la capacidad de albergar un parque automotor de 10.000 vehículos aproximadamente, todo en una costa de 2,5 km de longitud (Administración de Punta Mogotes, 2017). En cambio, para las clases con mayor poder adquisitivo, se ofertan los servicios de las 9 Ub de Playa Grande y las 29 Ub del sector sur de la ciudad. De estas últimas, la mayoría de las Ub (86,2%) se emplazan en tierras costeras propiedad de la empresa privada 'Playas del Faro SAI' que las explota mediante concesiones a terceros. Esta relación contractual entre privados diferencia los balnearios de la zona sur de Mar del Plata del resto de las playas de la sub-región, ya que estas últimas son contratos de concesión acordados entre el Estado Municipal, que administra las playas cedidas por ley por el Estado provincial, y el sector privado a cambio de un *canon* anual que se abona al erario público por el derecho a hacer uso comercial del espacio playa^[17].

[15] Se trata de una ciudad económicamente diversa con 618.989 habitantes según datos del Censo 2010 (INDEC, 2011), en el que se destaca la industria portuaria, textil, metalúrgica, alimenticia, además de ser un importante centro hortícola en la sub-región y una localidad con una dinámica actividad en el sector de la construcción. Otro caso similar es Necochea (84.784 habitantes) (INDEC, 2011), centro portuario y agroindustrial que no depende sistemáticamente del turismo, aunque también aporta en el Producto Bruto Geográfico y es generador de fuentes de trabajo temporal.

[16] La fachada marítima de la ciudad está dominada por un muro de cemento conformado por los edificios de altura que están emplazados en el frente costero, pasando a gobernar el paisaje costero que, de esta forma, muta en urbano. Las playas pasan a estar pobladas de objetos turísticos, sobre todo las Ub, que dan la apariencia de una continuidad urbana sobre las mismas.

[17] Una excepción de esto último es la mencionada Punta Mogotes, que es administrada y concesionada al capital privado directamente por el ejecutivo provincial y el municipal, en conjunto, a través de la Administración de Punta Mogotes (APM), continuadora del ente denominado Proyectos Especiales de Mar del Plata Sociedad del Estado (Ley Provincial N° 10233 y N° 14983), de carácter interjurisdiccional.

Figura 7. Espacio público y espacio concesionado (privado) en las playas de La Perla (Balneario Saint Michel)



Fuente: elaboración personal con base en mediciones en el terreno. Imagen satelital de Google Earth (diciembre 2016); la fotografía es parte del archivo personal y fue tomada en enero 2016

En el caso puntual de ‘Playas del Faro SAI’, cabe destacar que es el único propietario privado de la Argentina que posee tierras con títulos que incluyen sectores de playas hasta la línea de pleamar, lo que significa que posee la totalidad de la playa seca y parte del conjunto de dunas que pueblan el sector sur de la costa marplatense^[18]. Si bien los balnearios concesionados por ‘Playas del Faro SAI’ contienen 4.000 Us, el 50% de las instaladas en Punta Mogotes, la Rpb del conjunto de las Ub que se asientan en estas playas es de aproximadamente 22 millones de dólares^[19], mientras que el de Punta Mogotes es de 24 millones y del conjunto de las playas céntricas, las de mayor concurrencia masiva^[20], es de 20 millones (en 7.000 Us). Esta proximidad en la capacidad rentística, a pesar de la diferencia en la cantidad de Us instaladas, se

debe a la diferencia de costos de alquiler. Cabe destacar que no se presentan diferencias sustanciales en la diversidad y complejidad de los servicios ofertados en las Ub de Punta Mogotes y en las correspondientes a las concesiones de ‘Playas del Faro SAI’ en las playas del sur de Mar del Plata. No obstante, las últimas, debido a la presencia de dunas y bosques, presentan un valor paisajístico que las diferencia del paisaje de ‘cemento’ de las Ub de Punta Mogotes o de la densidad urbana circundante en las playas céntricas. Instaladas las llamadas ‘playas del sur’ como ‘atractivos de moda’ y teniendo varias de las Ub, comercios e instalaciones específicas para la nocturnidad, éstas convocan, en sus espacios privados, a un cliente de perfil elitista (ABC1 y C2), mientras que el espacio público cuenta con pocos accesos, incumpliendo la Ordenanza Municipal N° 21020/14 que establece un acceso por Ub. En el reducido espacio público -sobrante-, que en varios sectores es ‘playa húmeda’ durante las pleamares, se agrupa un público joven, masificando el uso del sobrante espacio de playa (Figura 8). Esto último, finalmente, contradice el valor ambiental que proyecta este sector debido a la superación de la capacidad de carga de la playa y a la densidad de puestos comerciales en la misma.

Además de que Mar del Plata concentra los diferentes indicadores referidos a la cuantificación de las Ub y Us, en el Mapa 1 y en la Tabla 1 se desprenden otros datos a destacar.

[18] Dichos terrenos habían sido expropiados por el Estado en 1942 y recuperados por la familia propietaria en 1970 por medio de un fallo judicial. Sobre los detalles del caso, ver el trabajo de Cicalese (2001).

[19] Se tomó como valor cambiario de referencia la cotización del dólar respecto al peso argentino en enero de 2017 (Banco Central de la República Argentina) período en el que se realizó el relevamiento.

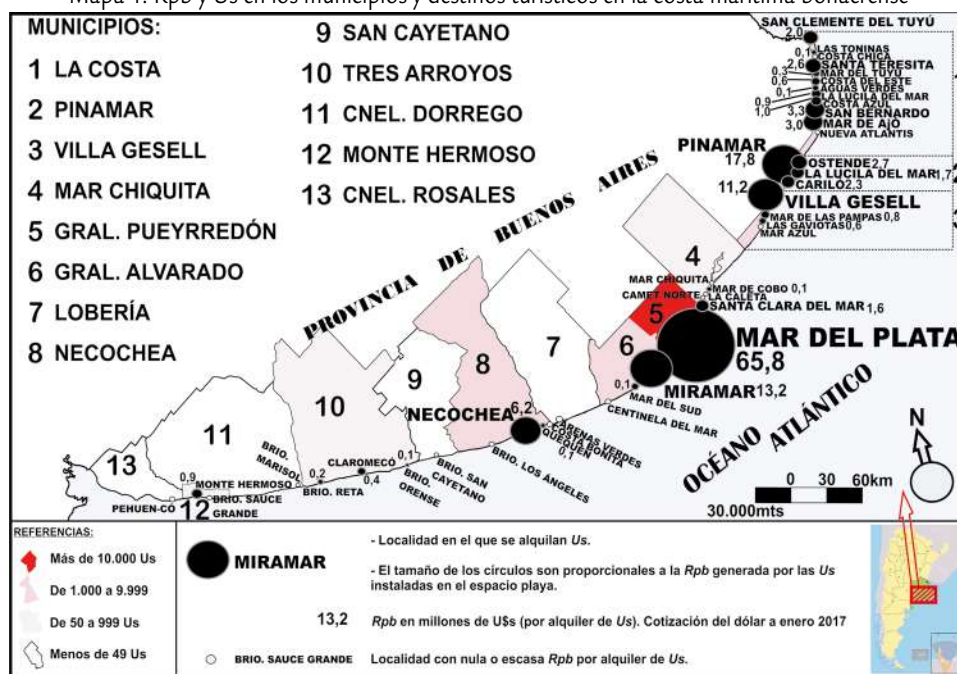
[20] Las playas del centro, como Playa Grande, Varese, Torreón, Las Toscas, Bristol, Punta Iglesia, La Perla, son las más concurridas de la ciudad, en parte, por los turistas de la clase trabajadora. No obstante, estos últimos prácticamente no hacen uso de la infraestructura comercial que provee la balnearización, sino que se asientan en el sector público. Mientras que los sectores de clase media y, en algunas playas, de media-alta y alta -como Playa Grande- son los que pueden cubrir los costos de las Us.

Figura 8. En el primer plano de la fotografía el sector público del Balneario El Taino (Playas del sur de Mar del Plata). En el fondo las estructuras comerciales y publicitarias que marcan el comienzo del espacio concesionado, también puede observarse una arboleda plantada sobre los sectores dunares intervenidos y modificados por la Ub



Fuente: archivo personal (2016)

Mapa 1. Rpb y Us en los municipios y destinos turísticos en la costa marítima bonaerense



Fuente: elaboración personal

Tabla 1. Rpb, Ub y Us por municipio en la costa marítima bonaerense

Municipio	Rpb aprox (en U\$s)	% en la Rpb total	Ub	% sobre el total de las Ub	Us	% sobre el total de las Us
1- La Costa	13.900.000	10,1%	57	19,0%	6.700	13,4%
2- Pinamar	22.700.000	16,4%	47	15,6%	7.800	15,6%
3- Villa Gesell	12.600.000	9,1%	32	10,7%	4.400	8,8%
4- Mar Chiquita	1.800.000	1,3%	8	2,6%	900	1,8%
5- Gral. Pueyrredón	65.800.000	47,7%	73	24,3%	20.700	41,4%
6- Gral. Alvarado	13.300.000	9,6%	46	15,3%	5.200	10,4%
7- Lobería	---	---	---	---	---	---
8- Necochea	6.300.000	4,6%	18	6,0%	3.200	6,4%
9- San Cayetano	---	---	---	---	---	---
10- Tres Arroyos	700.000	0,5	12	4,0%	600	1,2%
11- Cnel. Dorrego	---	---	---	---	---	---
12- Monte Hermoso	900.000	0,7	7	2,5%	500	1,0%
13- Cnel. Rosales	---	---	---	---	---	---
Total	138.000.000	100%	300	100%	50.000	100%

Fuente: elaboración propia en base a datos primarios.

En primer lugar, es para resaltar que los tres municipios del sector nordeste de la sub-región costera (La Costa, Pinamar y Villa Gesell) conforman otro sector en el que se presenta una avanzada mercantilización de la playa, ya que nuclean a 136 Ub que despliegan casi 18.900 Us (37,8% del total). A diferencia de Mar del Plata, los destinos turísticos de estos municipios se encuadran dentro de una economía fundada en lo que Mantero (2006, p. 171) denomina “monocultivo turístico”, esto es, que la mayor parte de la composición de su Producto Bruto Geográfico (PBG) está formado por las ganancias generadas por el mercado turístico y los sectores asociados. En cambio, el caso de Miramar (Municipio de General Alvarado), es similar al de Mar del Plata en una escala reducida, ya que el sector agropecuario ocupa un lugar destacado, no limitándose el ciclo de la economía local al turismo. Sin embargo, el desarrollo histórico del turismo en la ciudad está ligado a su proximidad con Mar del Plata (45 km), ofertándose como un destino de playa con todos los servicios urbanos, pero más tranquilo y familiar que el primero. Por tal motivo, se exhibe como lema ‘la ciudad de los niños’ o ‘ciudad de las bicicletas’. Esta relación complementaria con el principal centro turístico

de la costa marítima bonaerense contribuyó, en forma decisiva, a que en Miramar se desarrolle una destacada infraestructura turística y balnearia, teniendo a valores del 2017 una Rpb de 13,2 millones de U\$s en 5.100 Us.

Otro dato que sobresale es que de los trece municipios que conforman la sub-región costera marítima bonaerense, los seis con mayores valores ligados a la mercantilización de sus playas (General Pueyrredón, Pinamar, La Costa, Villa Gesell, Miramar y Necochea) concentran el 96% de las Us en 338 kilómetros de costas (48,7% del total de la sub-región) y el 97,5% de la Rpb. Los siete municipios restantes (Mar Chiquita, Lobería, San Cayetano, Tres Arroyos, Coronel Dorrego, Monte Hermoso y Coronel Rosales), que se extienden en 355 km de costas (51,3% del total), ocupan un lugar menos destacado en el mercado turístico de playas, ya que reúnen solo el 2,5% de la Rpb. Sobre estos últimos, en todos los casos, se debe a una conjunción de factores, tales como distancia a los principales centros emisivos, ausencia de una red de transporte y comunicación, desinterés de los gobiernos locales por impulsar una promoción turística que contribuya a atraer inversiones y turistas, etc. Lo que predomina en estos municipios, a excep-

ción de Monte Hermoso^[21], es que el turismo dista de ser una prioridad en economías agrarias y portuarias. No obstante, al margen de que no hay mayores incentivos para el turismo, la desinversión en el área, entendida como ausencia o escasez de servicios balnearios, ha sido aprovechada en forma más reciente para ofertar las playas de estos municipios como lugares en contacto con ‘lo natural’ o ‘la aventura’^[22].

El Mapa 1 y la Tabla 1 grafican el desarrollo desigual del equipamiento comercial en playas hacia el interior de la sub-región estudiada. Cabe aclarar que la mercantilización de la playa es mayor conforme la balnearización incluya variados servicios complementarios, ya que las Ub se valen de otros rubros comerciales para obtener ganancias (estacionamientos, restaurantes, centros nocturnos, salas de juegos, etc.). Al ser las Us lo que se reitera en todas las Ub, es la variable que nos permite aproximarnos a una cartografía que sirva, *a priori*, para comparar las diferencias del capital físico instalado en las playas y las ganancias potenciales del conjunto de los balnearios de cada una de las localidades. Sobre la Rpb, corroboramos que Mar del Plata (100%), Miramar (99,2%), Necochea (98,4%) y Monte Hermoso (100%), concentran dicha renta hacia el interior de sus municipios, de las que (además) son cabeceras político-administrativas. Pinamar y Villa Gesell, también cabeceras, son localidades balnearias que aglutinan el 78,4% y 88,6% respectivamente de la Rpb en sus municipios. En el primer

caso, crecen las localidades al sur de la cabecera en las que se han habilitado balnearios con diversos servicios y orientados a los sectores más solventes (ABC 1), siendo Cariló el destino de playa más exclusivo de la sub-región^[23]. El caso del municipio de Villa Gesell es disímil al de Pinamar, ya que si bien las localidades al sur de la misma han crecido (Mar de las Pampas, Las Gaviotas y Mar Azul), ofreciendo variados servicios turísticos, no lo han hecho con la misma intensidad sobre el espacio de playa, como parte de una política turística y de ordenamiento territorial que consiste en preservar ciertas cualidades ambientales, como las dunas, la amplitud del espacio arenoso o la boscosidad en las plantas urbanas, con el fin de que esas condiciones contribuyan a diferenciarse de los destinos de playa con paisaje urbano.

Históricamente, la ciudad de Villa Gesell, al igual que Pinamar, ha incorporado la idea de mantener un perfil más ‘amigable’ con el ambiente dentro del conjunto de urbanizaciones balnearias de tamaño medio^[24], un hecho concreto de esta política ha sido la demolición de 56 balnearios contruidos con materiales duros (cemento) en el primer decenio del siglo XXI a través de la sanción de la Ordenanza Municipal N° 2346/10. La remoción fue para que se reedificaran en menor tamaño, fijando como máximo 160 m², y se utilizaran materiales blandos para su construcción (madera). Tal iniciativa permitió recuperar 13.000 m² de playas. Los balnearios al sur del municipio presentan una singularidad que no se repite en la sub-región, son los únicos destinos turísticos que han crecido urbanísticamente en forma intensiva y extensiva, y que tal desarrollo y tamaño de su economía turística no se transfiere a una explotación del espacio playa en la misma intensidad. Este rasgo distintivo es lo que le permite al sector empresarial del turismo ofertar un paisaje costero ‘natural’, donde las pocas Ub son denominadas

[21] Monte Hermoso se ha desarrollado desde la década de 1960 como el destino de playa de la cercana ciudad portuaria e industrial de Bahía Blanca, reproduciéndose una relación simbiótica entre ambas localidades. A fines de la década de 1970, el proceso de desarrollo urbano-turístico habilitó a que las autoridades locales y el conjunto de la población reclamase por la autonomía político-administrativa del municipio de Coronel Dorrego, hecho que se produjo en el año 1979 mediante la sanción del Decreto Ley N° 9245/79 de la Provincia de Buenos Aires. Desde la creación del partido de Monte Hermoso, la localidad homónima continúa reforzando el modelo económico local basado en la oferta turística de sus playas.

[22] Esta oferta se orienta tanto para la contemplación y la tranquilidad como para su antagonismo: como sitios para la práctica de deportes motores extremos que circulan por los campos dunares sin instalaciones balnearias que impidan u obstaculicen la práctica.

[23] De pasar de ser la ciudad de Pinamar la oferente predominante de servicios balnearios y la única hasta la década de 1980, en las tres últimas décadas han crecido los asentamientos del sur del municipio (Ostende, Valeria del Mar y Cariló) a un ritmo mayor que la primera en términos proporcionales.

[24] Al respecto ver Jaime (2003), Palavecino y García (2007) y Castellani (2011).

‘ecológicas’. Pinamar, por su parte, implementó el ‘Plan de Reconversión del Frente Marítimo’, a través de la sanción de la Ordenanza Municipal N° 4442/14, que consiste en la demolición y sustitución de 46 Ub de cemento, diseminadas en las playas del municipio, por nuevos paradores tipificados como ‘ecológicos’ por su reconstrucción con materiales blandos, elevados (palafitos) y de menor tamaño (la medida limitó la extensión a 325 m²). Esto permitió la liberación de 15.000 m² de superficie de playa que soportaban las antiguas infraestructuras edilicias de cemento (Figura 9).

El municipio de La Costa es el que presenta una mayor distribución interior de la Rpb. Este hecho se pone en evidencia, puesto que los cuatro principales asentamientos balnearios participan en la renta potencial: San Bernardo (23,7%), Mar de Ajó (21,6%), Santa Teresita (18,7%) y San Clemente del Tuyú (14,3%), mientras que el 21,7% restante se reparte en las cinco localidades restantes afectadas por procesos de mercantilización: Las Toninas, Costa del Este, Aguas Verdes, Costa Azul y La Lucila del Mar. En cambio, en los municipios con perfiles agropecuarios, se presentan dos casos: 1- por un lado, están las costas municipales en las que se asientan diferentes localidades balnearias, en el que una tiene mayor preponderancia que las otras. En el caso del partido de Mar Chiquita, el asentamiento que predomina en la oferta turística y en la mercantilización de la playa es Santa Clara del Mar de los cinco pueblos que pueblan el litoral marítimo municipal, se trata de un destino de playa alternativo a la masiva Mar del Plata, ya que está a solo 15 km. El otro caso se localiza en el partido de Tres Arroyos: Claromecó, localidad balnearia elegida por la mayor parte de la población del municipio, siguiéndole en importancia Balneario Reta y Balneario Orense. Tanto en las costas de Mar Chiquita como en las de Tres Arroyos, las localidades que no son el principal centro turístico tienen una tendencia a crecer tanto en la oferta turística habitacional como en los servicios de playa; 2- el otro caso, son los municipios agropecuarios donde existe un solo asentamiento balneario funcional a un turismo

apoyado en la proximidad de las cabeceras municipales abocadas a la economía agroganadera: Lobería-Arenas Verdes; San Cayetano-Balneario San Cayetano y Coronel Dorrego-Balneario Marisol. En cada uno de estos destinos de playa, la mercantilización de la misma es nula.

En la Figura 10 se cruzan dos variables que dan cuenta, en forma general, de los tipos de servicios turísticos (simples y compuestos) ofertados en las playas de la costa marítima bonaerense y los costos de las Us, ya que la renta de la parcela de arena es el común denominador de todos los usuarios que son clientes de una Ub debido a que para ingresar a la playa privada lo que se paga como condición *sine qua non* es el alquiler de la parcela de sombra. Esto permite, a grandes rasgos, definir un perfil de consumidor (aproximado) al que está orientado la oferta en la playa privada. A través de la representación gráfica de las variables en un sistema de coordenadas cartesianas (en el eje de abscisas están los precios promedios, en pesos argentinos, en concepto de alquiler de la Us y en el eje de coordenadas el tipo de servicios en las Ub), podemos corroborar, en forma general, que no hay mayores diferencias en la sumatoria de todas las Us que se ofertan en Ub en las que predominan ‘servicios complejos’ (cuadrantes A1, B1 y C1) con las que presentan ‘servicios simples’ (cuadrantes A2, B2 y C2).

Desagregando algunos datos importantes de la Figura 10, se destaca que los cuadrantes B1 y B2 son los que nuclea la mayor parte de la oferta de Us. Esta franja corresponde a costos que acceden los sectores medios (C3), que son los que nutren el proceso de masificación turística de la sub-región, en coyunturas favorables para el ahorro de los mismos. También, habría que agregar en estos cuadrantes los sectores medios-altos (C2) que por elección propia o por buscar opciones más económicas, en tiempos de caída del ingreso o ganancias, se instalan en las Ub de estas playas. El cuadrante B1 es la oferta de servicios complejos para dichos sectores medios, se trata de las playas más equipadas y que más proyectan un paisaje similar al urbano, como

Punta Mogotes, Necochea, La Perla, Miramar, la mayoría con una orientación al grupo familiar. En el extremo izquierdo del cuadrante B2 están las Ub que ofertan servicios básicos a costos menores, lo que permite acceder al consumo de las playas privadas a las clases trabajadoras en tiempos de recuperación económica, mayor participación del salario en la riqueza nacional, mejoras en el poder adquisitivo y en el acceso al crédito. En este conjunto, predominan las playas históricamente más accesibles de la sub-región en relación a los precios y distancia respecto al principal

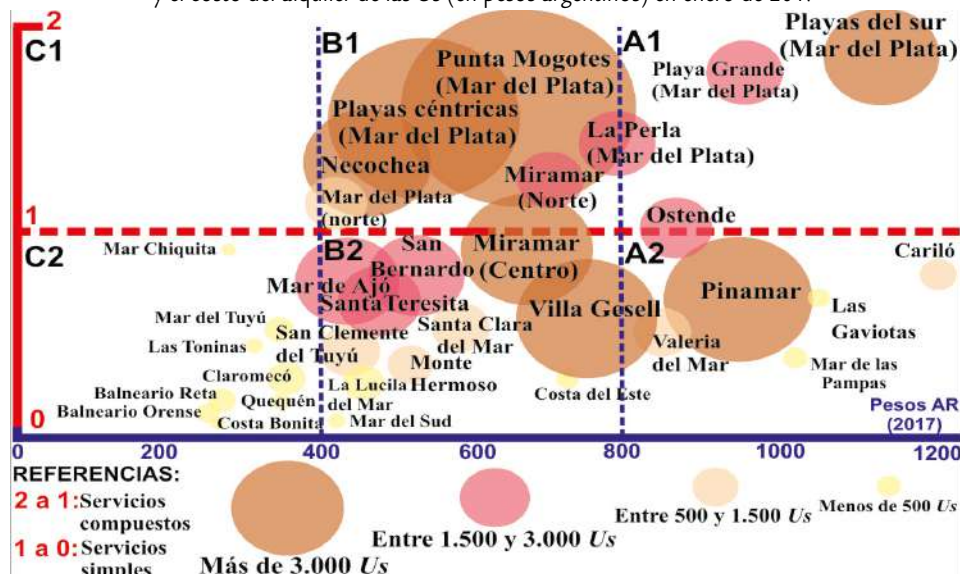
centro emisor: Región Metropolitana de Buenos Aires (RMBA), sobre todo las que pertenecen al partido de La Costa (Mar de Ajó, Santa Teresita, San Bernardo del Tuyú, San Clemente del Tuyú) que son asentamientos balnearios fundados como destinos turísticos más económicos. En el extremo izquierdo del mismo cuadrante, también con servicios simples y sin mayores diferencias con respecto a las anteriores, están las playas más orientadas en forma específica a la clase media, como Villa Gesell, que presenta costos mayores a las playas del partido de La Costa.

Figura 9. Los balnearios Conzumel (fotografía izquierda) y Hemingway (fotografía derecha) de Cariló (partido de Pinamar) adaptados a la Ordenanza Municipal N° 4442/14



Fuente: archivo personal (2017)

Figura 10. Sistema de coordenadas aplicado a la tipología de balnearización en la costa marítima bonaerense y el costo del alquiler de las Us (en pesos argentinos) en enero de 2017



Fuente: elaboración personal con base en datos municipales y relevamientos propios

En la franja que componen los cuadrantes A1 y A2, correspondiente exclusivamente a los sectores medios-altos (C2) y las elites (ABC1), se despliega una nutrida oferta de playas concesionadas debido a que en este grupo de consumidores están los que tienen la mayor capacidad de gasto. Como se puede observar en la Figura 10 se presentan diferentes casos. Por ejemplo, en el cuadrante A1 predominan las Ub que ofertan ‘servicios compuestos’ asociados, en este grupo, al consumo ostensible o presuntuoso, en el que se accede a una variedad de servicios y prácticas, incluso con ofertas de ‘sol y luna’ (vida nocturna en instalaciones específicas de las Ub y sectores de playa), como es el caso del complejo Playa Grande y las Playas del Sur (Playas del Faro SAI), ambas localizadas en Mar del Plata. En cambio, en el cuadrante A2 el perfil socioeconómico es el mismo, pero con la salvedad de formar parte de la categoría de ‘servicios simples’. Esto se debe a que las playas del partido de Pinamar, que tienen un perfil más elitista, donde predominan Ub con ‘servicios simples’, es el resultado de la novedosa política turística local respecto a la organización comercial de las playas, reglamentada en la Ordenanza Municipal N° 4442/14, que redujo la diversidad de servicios y el volumen de negocios. No obstante, al tratarse de destinos turísticos asociados a la moda (como Pinamar), a lo ‘ecológico’ como valor agregado (Mar Azul y Mar de las Pampas, en el partido de Villa Gesell) y a las elites (Cariló), las Us preservaron un elevado nivel de precios aún con una reducción de los servicios ofertados.

Finalmente, la franja con menos volumen en la Figura 10 es la correspondiente a los cuadrantes C1 y C2, aunque la oferta se concentra únicamente en la última, ya que una Ub con ‘servicios compuestos’ a un bajo costo no se presenta como caso real. En cambio, en el cuadrante C2 existe una multiplicidad de pequeños balnearios en los que se ofertan Us a bajo costo y con ‘servicios simples’. De los trabajos de campo realizados en los destinos de playa de este grupo, se reconocen algunas diferencia-

ciones hacia su interior. Por un lado, hay playas que por presentar un paisaje más agreste y menos intervenido, las Ub ocupan un espacio ínfimo en la playa, que no gravita en la organización espacial y, por ende, no puede considerarse como una tendencia privatizadora. La oferta de servicios es escasa, producto de que se trata de destinos con bajos volúmenes de turistas (Balneario Reta, Balneario Orense), con una tendencia a crecer como lugares alternativos, etiqueta que contribuye a que el resto de los servicios turísticos, por ejemplo alojamiento, no sean económicos. También, se presentan asentamientos balnearios que por diferentes motivos (erosión, contaminación marina y edáfica en playa, falta de acondicionamiento, infraestructura portuaria) presentan signos de degradación paisajística (Figura 11), en relación a la expectativa del turismo, que obturan el crecimiento del flujo turístico, lo que termina por desalentar inversiones en Ub u ofrecer los servicios a mayores precios (Mar del Tuyú, Quequén, Costa Bonita).

Por último, en la Figura 12, se expone la centralidad del espacio para dar cuenta de la relación proporcional entre la expansión física de la mercantilización de la playa y la tendencia a reducirse el espacio público. En la misma, se puede observar el grado de ocupación del espacio de playa por el proceso de mercantilización. Como la base sobre la que se justifican y desarrollan espacialmente la amplia mayoría de las Ub son las Us y éstas implican, necesariamente, privar de un espacio físico a otros para garantizar la presencia de quién paga por el servicio de sombra, es preciso hacer referencia a la privatización de la playa. Debido a las diferentes situaciones que se presentan en Mar del Plata, sumada a su variedad de playas, la misma fue sectorizada debido al nivel de desarrollo urbano-turístico; de igual manera se hizo en Miramar, aunque en menor escala^[25].

[25] Mar del Plata se fracciona en: Norte, La Perla, Centro, Punta Mogotes, Playas del Faro y Sur. Y Miramar en Norte y Centro.

Figura 11. Fotografía izquierda (2014): escombros en una de las bajadas a la playa en Mar del Tuyú, ciudad turística que presenta en todo su frente costero problemas socioambientales producto de la erosión costera. Fotografía derecha (2014): contaminación de las playas de Costa Bonita, localidad que producto del transporte lateral sedimentario del litoral se transforma en un receptáculo del volumen de residuos que llegan al mar desde Necochea y el Puerto Quequén



Fuente: archivo personal

Figura 12. Nivel de balnearización en los diferentes destinos turísticos y sectores de playa de la costa marítima bonaerense

0	25%	50%	100%	Porción de playa concesionada
1- Costa Chica	1- Las Toninas	1- San Clemente del Tuyú	1- Santa Teresita	<div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: center;"> <div style="width: 20px; height: 20px; background-color: red; margin-bottom: 5px;"></div> Playa con alta mercantilización <div style="width: 20px; height: 20px; background-color: #f08080; margin-bottom: 5px;"></div> Playa con mediana mercantilización <div style="width: 20px; height: 20px; background-color: #f5deb3; margin-bottom: 5px;"></div> Playa con baja mercantilización <div style="width: 20px; height: 20px; background-color: white; margin-bottom: 5px;"></div> Playa sin mercantilizar </div>
2- Las Gaviotas	2- Mar del Tuyú	2- Costa del Este	2- San Bernardo del Tuyú	
3- Mar Chiquita	3- Aguas Verdes	3- La Lucila del Mar	3- Mar de Ajó	
4- La Caleta	4- Pinamar Norte	4- Ostende	4- Pinamar Centro	
5- Camet Norte	5- Cariló	5- Valeria del Mar	5- Complejo La Perla (Mar del Plata)	
6- Centinela del Mar	6- Villa Gesell Norte	6- Villa Gesell Sur	6- Mar del Plata (centro)	
7- Brio. Los Ángeles	7- Mar Azul	7- Santa Clara del Mar	7- Complejo Playa Grande (Mar del Plata)	
8- Brio. San Cayetano	8- Mar de las Pampas	8- Mar del Plata Norte	8- Playas del Faro SAI (Mar del Plata)	
9- Brio. Marisol	9- Mar de Cobo	9- Playas Sur (Mar del Plata)	9- Miramar Norte	
10- Brio. Sauce Grande	10- Mar del Sud	10- Miramar Centro	10- Villa Gesell Centro	
11- Pehuén-Có	11- Arenas Verdes	11- Necochea		
12- Nueva Atlantis	12- Costa Bonita	12- Monte Hermoso		
	13- Quequén			
	14- Brio. Orense			
	15- Cloromecó			
	16- Brio. Reta			

Fuente: elaboración personal con base en relevamientos de campo (campanas 2015 y 2016) y cartografía satelital

El dato que confirma la tendencia marcada en los indicadores anteriormente medidos es que las playas con mayor nivel de balnearización -mayor superficie ocupada en términos absolutos y relativos respecto al espacio público y mayor movilidad laboral- están localizadas en destinos que convocan un turismo de masas. El capital turístico se reproduce en forma acelerada y óptima en su fase masiva y de ocupación completa, creando una centralidad que promueve y demanda una mayor centralidad y, a su vez, pone de manifiesto con mayor notoriedad la tendencia a desenvolver un modelo contradictorio. Esta constante es la que explica la desigualdad hacia

el interior de la sub-región que analizamos y demostramos en la cartografía elaborada. Donde se presenta una aglomeración espacial de las diferentes formas de mercantilizar turísticamente la playa, hay una mayor densidad y complejidad de problemáticas territoriales (lo público versus lo privado), ambientales (contaminación edáfica y marina, erosión costera), económicas (mayor gasto público por inversiones, superexplotación de recursos naturales y humanos) y sociales (hacinamiento en las playas, prácticas incompatibles con la convivencia, inseguridad).

El hecho de que son varios casos que presentan más del 50% de la superficie de una playa

concesionada a privados por el Estado (privatización temporal) trae a colación las preguntas dirigidas a la situación de la playa pública, sobre todo porque los destinos y sectores de playa en los que predominan una mercantilización alta y una oferta de ‘servicios complejos’, son los que aglutinan un turismo de cualidades masivas. El problema es de naturaleza socioespacial ya que, en el sector privado de playa, las Us, por su tamaño, función y propuesta de mayor resguardo e intimidad, garantizan una ocupación menos densa de la superficie del espacio de playa, siendo esto un indicador de mayor confort en la permanencia y estadía. En cambio, los sectores públicos tienen como función contener y soportar el grueso del flujo turístico que no puede afrontar los costos diarios que implica poseer una parcela de sombra en el sector privado de playa. La densidad de usuarios es elevada degradando las condiciones ambientales de la playa, sobrecargando la capacidad de mantenimiento, incluso anulando la posibilidad del disfrute debido a la ausencia de lugares para permanecer en la playa. Una de las formas de clarificar el por qué esta temática expresa un problema social, ambiental y espacial, es que hay una tendencia en las playas de presencia masiva y con áreas concesionadas al privado a superarse por mucho la capacidad de carga en el sector público, que en varios casos es de por sí reducido, como puede corroborarse en las Figuras 10 y 12 analizadas en conjunto, y teniendo en cuenta como indicador la cantidad de usuarios por m^2 ^[26]. En cambio, en los sectores privados de playa, las parcelas de sombra (que presentan un tope de usuarios) garantizan valores entre cinco y ocho veces inferiores de usuarios por m^2 , pero con infraestructuras comerciales que ocupan densamente el espacio, impactando el paisaje costero.

[26] En el caso de la Playa Bristol, Las Toscas, El Torreón y La Perla en Mar del Plata, el valor es de dos usuarios por m^2 , ninguna de las propuestas metodológicas sobre capacidad de carga de playas acepta dicho valor. Por ejemplo, Botero Salterén, Hurtado, Porto, Manjares y Díaz (2008) en base a diferentes cálculos realizados por organismos internacionales y nacionales establecen un valor de 10 m^2 por usuario, 20 veces mayor al medido en los casos señalados en enero de 2017.

El consumo ‘de la playa’ y ‘en la playa’ presentan un doble problema, sobre todo, en las que están afectadas a procesos de alta mercantilización, de masificación y se encuentran linderas con zonas densamente urbanizadas. El desarrollo comercial que disponen las Ub trae aparejado la transformación de la playa en un espacio receptáculo del consumo, el caso más notorio es la oferta alimenticia tanto para los usuarios del sector privado como los del sector público. Esta situación contribuye a la generación de residuos. No obstante, cuidar que los desechos de los usuarios sean retirados de la playa -que no es lo mismo a que sean tratados- forma parte de la política empresarial para vender un servicio que lo diferencia del sector público. El sector privado garantiza una limpieza permanente al contar con personal dedicado en forma permanente a dicha tarea. Y es, precisamente, el contraste público-privado lo que refuerza la realización y sus posibilidades de reproducción del capital invertido en la balnearización mercantil, debido a que la playa pública asume durante el día un paisaje de ‘descuido’ al estar afectada ambientalmente por un uso que supera la capacidad de carga y desborda las posibilidades del mantenimiento público. La masificación en un espacio reducido hace incompatible todo tipo de gestión ambiental que no dependa estrictamente de la conducta ambiental del usuario. La limpieza del sector público se realiza una sola vez durante el día, por la noche o a la madrugada, las demás horas de uso de la playa las transforma en un contenedor de residuos que no siempre logra ser contenido en los objetos recipientes, ya que los mismos están dispuestos en forma insuficiente -hecho que se reitera en todas las playas que soportan un turismo de cualidades masivas-.

En la vinculación entre las Figuras 10 y 12, se presenta otro dato a destacar: los procesos de masificación han conducido a una mercantilización alta, debido a que tal situación de ocupación demográfica de la playa es óptima para el mercado, ya que el objetivo de generar rentas por alquiler de Us y ganancias por la venta de

otros servicios y productos se logra mediante el mayor número de potenciales consumidores. Esto favorece la reducción del espacio público disponible en las playas más concurridas que, paradójicamente, son las que necesitan liberar mayores superficies de las concesiones estatales al capital privado para reducir los impactos ambientales. En cambio, destinos más selectos, como Cariló, Mar de las Pampas o Pinamar Norte, para poder comercializar una imagen turística que los diferencie del conjunto de balnearios de la sub-región, tienen que tratar de anular todo proceso que conduzca a la masificación.

La condición para que una playa pueda ser selecta es que pueda apreciarse paisajísticamente, combinando intervenciones en el territorio, con cierto cuidado estético, con proveer vistas al mar desde la Ub. Esta necesidad del mercado para reproducir lo que se conocen como playas *top*, suele entrar en una contradicción espacial cuando la moda instala una playa y confluyen usuarios (turistas y locales) que, si bien no pueden solventar los servicios de una Ub, se agrupan en el espacio público reducido masificando el uso, como ya se mencionó el caso de las playas del sur de Mar del Plata (Figura 8). Como las Ub ocupan desde la playa distal hasta casi la berma de tormenta o la línea de mareas altas, el uso masivo del espacio público termina obturando la visual desde las Us. Esta tendencia, que tiene en los exclusivos balnearios de Playas del Faro SAI su expresión más concreta, ha intentado ser resuelta por el empresariado prohibiendo (ilegalmente), mediante el accionar de agentes de seguridad privada, la instalación de sombrillas u otros objetos de resguardo y sombra personales en los espacios públicos localizados frente a la concesión balnearia. Esto, con la finalidad de despejar todo aquello que interfiera con la panorámica al mar desde el espacio privado o que rompa la estética de la Ub. Tal situación ha derivado en denuncias de los usuarios del espacio público a los que se les niega su derecho a recrearse e instalarse con sus pertenencias en playas públicas. La indignación colectiva condujo a que emergiera, en un primer momento,

en forma más espontánea que organizada, una modalidad de manifestación de los usuarios afectados que se conoce como ‘sombrilleada’. Estas se vienen realizando todos los años desde su primera intervención en el verano de 2014. El origen de esta expresión de repudio surge cuando un grupo de vecinos de los barrios próximos y linderos a las playas del sur comenzaron un reclamo porque los responsables de los balnearios no los dejaban instalarse en la zona pública de playa. Como expresó una de las referentes de la ‘sombrilleada’, en una entrevista realizada en mayo de 2015, el objetivo era concientizar a los demás usuarios que tenían derecho a permanecer en el espacio público.

En los destinos que son exclusivos y no contienen un flujo masivo, las Ub no se apropian en demasía del espacio público, solo lo necesario para el desenvolvimiento del negocio que representa la concesión de un balneario. Playas como las de Cariló, Las Gaviotas o Mar de las Pampas no están saturadas o desbordadas como el caso de las playas del sur de Mar del Plata, por lo que la tensión de lo público y lo privado no está presente. Además, son pocas las Ub y las Us, Cariló tiene tres balnearios que suman 400 Us, y uno Mar de las Pampas (160 Us) y Mar Azul (100 Us). En todos estos casos, la Ordenanza Municipal N° 4442/14 obligó a las Ub a reducir su tamaño y tal disposición normativa afectó la posibilidad de ofertar determinados servicios de playa, al interrumpirse debido a la limitación. En el otro extremo, las playas que se ofertan como destinos más ‘eco’ y presentan un paisaje ‘agreste’ a causa de la ausencia de un sistema de objetos balnearios, en algunos casos, tienen pequeñas Ub con servicios comerciales básicos, con escasas Us -exigidas en los contratos de concesión- y sin cercos que dividan lo público de la concesión privada (Balneario Reta, Balneario Orense, Mar de Cobo). En otros casos, no hay Ub, reforzando la idea de lo natural, como en Centinela del Mar, Balneario Los Ángeles, Camet Norte; mientras que en otros hay paradores que solo ofrecen algún tipo de servicio gastronómico como Pehuen-Có, Balneario Marisol.

CONCLUSIONES

La balnearización mercantil es un proceso por el cual se pone en evidencia el proceso destructivo-constructivo que asume el capital turístico en el espacio de playa. En un contexto en el que surgen, en forma mancomunada, en las localidades costeras bonaerenses diferentes organizaciones sociales que reclaman y reivindican la playa pública como un derecho al esparcimiento, la contemplación y la recreación, los trabajos que estudien en forma crítica la creciente mercantilización y privatización de la playa adquirirán notoriedad para entender las lógicas y racionalidades que sustentan el proceso y el estado de conflictividad en curso.

Se concluye, en la lectura del espacio turístico analizado, que se presenta una tendencia a avanzar sobre la playa pública, en el caso de Mar del Plata, desde su hito fundacional, se edificaron sobre la playa infraestructuras emparentadas con la urbanidad que modificaron radicalmente el paisaje costero^[27]. Asimismo, en Mar del Plata, Miramar y Santa Clara del Mar las obras de defensa costera, principalmente los refulados de arena que se hicieron desde 1998 (en el caso de Mar del Plata)^[28]; la ampliación y remodelación de escolleras (en las tres ciudades mencionadas); y la colación de rompeolas semi-sumergidos desvinculados (en la zona sur de Mar del Plata), fueron planeadas y concretadas con la finalidad de ampliar las áreas de playa amenazadas por el avance erosivo del mar. No obstante, la superficie ganada no se tradujo en ningún caso en una ampliación de la superficie del sector público, como se había establecido en los objetivos de la intervención litoral, ya que lo que se extendieron, finalmente, fueron las concesiones a los privados destinadas a la mercan-

tilización de la playa, estableciéndose el Estado como garante para la acumulación y expansión del capital turístico. El resultado fue, en el caso puntual de Mar del Plata, que la escasez de playa pública no tuvo cambios con la expansión de la playa y en algunos casos se presenta una disminución de la superficie disponible (La Perla).

Esto acontece al margen de que el refulado, por ejemplo, se difundió como una obra pública necesaria y clave para el bien común de la sociedad local y el colectivo de turistas, lo que pone en evidencia que el Estado benefició al sector empresarial adjudicatario de las concesiones balnearias para explotar el recurso playa. En efecto, como señala Harvey (2011, p. 289), “los intereses de una clase pueden transformarse en el interés general ilusorio siempre que la clase dominante consiga universalizar sus ideas como ideas imperantes o necesarias”^[29]. Otro factor a tener en cuenta para poner de relieve cómo se reproduce la centralidad y, corolariamente, se refuerzan las desigualdades en la distribución espacial de la mercantilización de la playa, es que por la propia dinámica del litoral, sobre todo por el transporte lateral sedimentario, determinadas obras contribuyen a catalizar procesos erosivos en otros sectores litorales. Para sostener los intereses de determinados destinos, mediante un conjunto de obras costeras, se relegan las localidades que presentan un menor interés en términos de capital instalado. Camet Norte, Quequén, Costa Bonita, Mar del Tuyú, son casos en los que la erosión no solo ha reducido el espacio playa, sino también se presenta una afectación a las condiciones urbanas del frente costero, constituyendo un escenario de riesgo.

Otros destinos turísticos emergentes entran en un proceso contradictorio, ya que, en un

[27] Entre las obras más importantes, destacamos las diferentes ramblas y paseos costaneros de fines de siglo XIX y principios del XX, la Rambla-Casino de 1941, el Complejo Punta Mogotes en 1981, el Complejo La Perla en 1989, Bahía Playa Varese en 2009 y el Complejo Punta Iglesias en 2013.

[28] El primer refulado se realizó en las playas céntricas de Mar del Plata en el año 1998, la inversión inicial fue de 32 millones de U\$s y estuvo financiada por organismos internacionales de crédito.

[29] De esta forma, el endeudamiento externo por obras de refulado queda asimilado como una necesidad para sostener el nivel de desarrollo turístico que, a su vez, motoriza otros sectores económicos que involucran y benefician al conjunto de la comunidad. Si por el contrario, se especificara que la ampliación de las playas es para que la mayor parte de la superficie ganada al mar esté sujeta a los procesos de balnearización y mercantilización, la clase política, aliada con el empresariado turístico, pondría en evidencia los intereses que protege al impulsar dichas obras.

contexto de mayor flexibilidad en la oferta turística, están creciendo de manera intensa al instalar una opción diferente y alternativa a los destinos masivos-urbanizados y a los elitistas, que se desarrollan garantizando ciertas condiciones que proyectan un paisaje ‘más natural’, como consecuencia de una instalación menos densa y más dispersa de objetos balnearios. No obstante, en los destinos ‘más eco’, el interés de los inversores y el incremento de turistas que consumen este tipo de espacialidades, ha impactado en las pequeñas localidades al crecer no solo la planta urbana, la edificación y los servicios comerciales, sino que también el espacio de playa está siendo afectado al ampliarse las concesiones a privados en las últimas décadas^[30]. De continuar una tendencia guiada por el desarrollo material de las fuerzas productivas ligadas al turismo de ‘sol y playa’, los recursos que colocaron a estas playas como alternativa estarán amenazados por la propia dinámica del mercado. Los gobiernos municipales extienden el número de concesiones de Ub como indicadores de ‘progreso’ en localidades que no presentan una variedad de servicios turísticos.

Por otro lado, la conversión arquitectónica de los balnearios en Villa Gesell y Pinamar, que fueron descriptas, orienta una política que pretende reducir los costos ambientales de la mercantilización de la playa. Esta medida, resuelve tres aspectos de la problemática: 1- la técnica de construcción, que reduce el riesgo de que los objetos estén afectados a los fenómenos litorales; 2- el mejoramiento de la estética, que reinstala los destinos turísticos con una oferta novedosa; y 3- la ampliación del espacio playa al reducir el área ocupada por infraestructuras balnearias. Las tormentas costeras -sudestadas, marejadas- han ido degradando el capital fijo emplazado en la playa, la edificación en madera y con palafitos permite una mayor durabilidad y disminuye la vulnerabilidad de la inversión instalada, a la acción erosiva y corrosiva del mar. A su vez, la mejora estética que contribuye a instalar marcas turísticas que refuer-

cen la colación de las playas en un mercado cada vez más competitivo. Dicha política local refleja la necesidad de un cambio en la oferta turística, no solo como el resultado de una tendencia a incorporar la racionalidad ambiental en la administración pública, ya que para que el capital invertido (público y privado) pueda realizarse, tiene que ser reacondicionado el espacio playa, conforme hay nuevas exigencias de parte de la demanda.

En síntesis, el trabajo de investigación da cuenta de una serie de problemáticas que deberán ser tratadas y resueltas a fin de preservar el recurso turístico del que depende la sub-región estudiada. Las políticas de gestión ambiental no pueden resolver, por sí solas, el problema de densificación y sobreuso de la playa que se agudiza en los sectores públicos reducidos por la privatización y presionados por la masificación. La medida rectora es la descompresión de la playa pública, ampliándola mediante la reducción del espacio cedido a las concesiones privadas y equipándola de recursos e infraestructuras que amortigüen el impacto del uso recreativo.

Otro punto es que la mercantilización de la playa reproduce una situación de fragmentación y segregación social, ambiental y espacial. De cara a estas problemáticas, una recuperación de las playas por parte del Estado contribuiría a atenuar la primacía de la lógica de mercado en el ordenamiento territorial de las mismas. Si se liberara espacio para el uso público descendería la densidad y se atenuaría, en forma notoria, la presión al ecosistema litoral, extendiendo los horizontes de la capacidad de carga.

De las 38 localidades que conforman la sub-región, solo tres (Mar del Plata, Miramar y Necochea) no dependen sistemáticamente de las temporadas turísticas, a lo que se suma la estacionalidad predominante en los flujos -aunque con algunos cambios registrados en las últimas décadas-. El principal recurso económico de la mayoría de los asentamientos estudiados son las playas, por lo que se infiere que del manejo y gestión que se haga de las mismas dependerá, en buena parte, que sean elegidos como lugares de destino.

[30] Es el caso de las tres localidades de la costa del municipio de Tres Arroyos: Balneario Orense, Claromecó y Balneario Reta

REFERENCIAS

- Administración de Punta Mogotes APM (2017). *Historia*. Recuperado de <http://puntamogotes.gob.ar/index.php/institucional/historia> (consulta 15 de junio 2017).
- Artigues, A. (2001). Turismo de espacios litorales e insulares (1º edición, pp. 92-122). En D. Barrado y J. Calabuig (Eds.) *Geografía Mundial del Turismo*. Madrid: Síntesis.
- Blázquez, M.; Murray, I. y Artigues A. (2011). La balearización global: el capital turístico en la minoración e instrumentación del Estado. *Investigaciones Turísticas*, (2), 1-28, julio-diciembre.
- Botero Saltarén, C.; Hurtado, Y.; Porto, J.; Manjares, M. y Díaz, L. (2008). Metodología de cálculo de la capacidad de carga turística como herramienta para la gestión ambiental y su aplicación en cinco playas del caribe norte Colombiano. *Gestión y Ambiente*, 3(11), 109-122.
- Castellani, L. (2011). El pensamiento urbanístico de Carlos Gesell (1º edición, pp. 113-120). En J. Dadon *Ciudad, Paisajes, Turismo*. Buenos Aires: Nobuko.
- Chadefaud, M. (1987). *Aux origines du tourisme dans les pays de l'Adour, du mythe a l'espace: Un essai de géographie historique*. Pau: Université de Pau.
- Cicalese, G. (1997). Playas privadas: la pérdida del espacio público. El turismo emergente en los 90' en la ciudad de Mar del Plata. *Revista Nexos*, 4(8), 14-16.
- Cicalese, G. (2001). Vecinos verdes, playas privadas y burócratas. La construcción urbana del litoral sur en la ciudad de Mar del Plata, 1930-1995 (1º edición, pp.159-183). En F. Capopardo (Ed.) *¿Qué hacer con la extensión? Mar del Plata, ciudad y territorio siglos XIX-XX*. Buenos Aires: Alianza Editorial.
- Cicalese, G. (2002). Conflictos políticos, enredos jurídicos y negocios de verano en torno de las playas marplatenses. La geografía política de la ribera entre 1874 y 1976 (1º edición, pp. 133-166). En E. Pastoriza (Ed.) *Las puertas al mar. Consumo, ocio y política en Mar del Plata, Montevideo y Viña del Mar*. Buenos Aires: Biblos.
- Cova, R. (1980). La antiguas ramblas de Playa Bristol, Mar del Plata. *Documento de Arquitectura Nacional y Americana*, 9, 4-14.
- Dadon, J. (2002). El impacto del turismo sobre los recursos naturales en la costa pampeana argentina (1º edición, pp. 101-123). En S. Matteucci y J. Dadon (Eds.) *Zona Costera de la Pampa Argentina*. Buenos Aires: Lugar Editorial.
- Dadon, J. (2011). El frente costero urbano (1º edición, pp. 165-194). En J. Dadon *Ciudad, Paisajes, Turismo*. Buenos Aires: Nobuko.
- Da Silva, I.; Pereira, L.; Guimarães, D.; Trindade, W.; Asp, N y Costa, R. (2011). Environmental status of urban beaches in São Luís (Amazon Coast, Brazil). *Journal of Coastal Research*, 56, 1301-1305.
- Decreto Ley Provincial N° 9024 (sancionada en 1978). Gobernación de la provincia de Buenos Aires. Junta Militar.
- Decreto Ley Provincial N° 9245 (sancionada en 1979). Gobernación de la provincia de Buenos Aires. Junta Militar.
- Decreto Ley Provincial N° 9504 (sancionada en 1980). Gobernación de la provincia de Buenos Aires. Junta Militar.
- Harvey, D. (2011). *Espacios del capital. Hacia una geografía crítica*. Buenos Aires: AKAL
- Horrach, B. (2009). La balearización: Mallorca, el laboratorio de experimentación del turismo y su manifestación en el litoral. *Revista Iberoamericana de Urbanismo*, 2, 17-33.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos INDEC (2011). *Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010*. Buenos Aires: INDEC.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos INDEC (2018). *Encuesta de Ocupación Hotelera de Mar del Plata, Pinamar y Villa Gesell. Serie 2004-2017*. Buenos Aires: INDEC.
- Jaime, J. (2003). *Pinamar. Sueño de Jorge Bunge*. Buenos Aires: Pinamar SA.
- Knafou, R. (1996). Turismo e territorio. Por uma abordagem científica do turismo (1º edición, pp. 62-74). En A. Balastreri Rodrigues (Org.)

- Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais*. San Pablo: HUCITEC.
- Ley Provincial N° 10233 (sancionada en 1984), con modificatorias introducidas por Ley N° 14983. Senado y Cámara de Diputados de la Provincia de Buenos Aires.
- Maguire, G.; Miller, K.; Weston, M. y Young, K. (2011). Being beside the seaside: Beach use and preferences among coastal residents of south-eastern Australia. *Ocean & Coastal Management*, 54, 781-788.
- Mantero, J. (2006). Urbanización y balnearización del litoral atlántico (1° edición, pp. 167-205). En F. Isla y C. Lasta (Eds.) *Manual de Manejos Costero para la Provincia de Buenos Aires*. Mar del Plata: EUDEM.
- Mantero, J. (2009). El turismo de las orillas. La actividad turística en el litoral atlántico. *Realidad, tendencias y desafíos en turismo*, 9(7), 57-74.
- Mantobani, J. (2002). *El papel de la sociabilidad en la construcción de la provincia de Buenos Aires, un enfoque geográfico*. Mar del Plata, fines del siglo XIX. Mar del Plata: UNMDP.
- Ordenanza Municipal del partido de General Pueyrredón N° 21020 (sancionada en 2014). Honorable Concejo Deliberante del Municipio de General Pueyrredón.
- Ordenanza Municipal del partido de Pinamar N° 4442 (sancionada en 2014). Honorable Concejo Deliberante del Municipio de Pinamar.
- Ordenanza Municipal del partido de Villa Gesell N° 2346 (sancionada en 2010). Honorable Concejo Deliberante del Municipio de Villa Gesell.
- Palavecino, C. y García, M. (2007). *Las fundaciones de Villa Gesell*. Villa Gesell: Printer.
- Pastoriza, E. (2011). *La conquista de las vacaciones. Breve historia del turismo en la Argentina*. Buenos Aires: Edhasa.
- Sack, R. (1986). *Human Territoriality. Its theory and history*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Santos, M. (2000). *La Naturaleza del Espacio*. Barcelona: Ariel.
- Urry, J. (2004). *La mirada del turista*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.
- W? (página web). Recuperado de <http://www.consultoraw.com.ar/press/pir%C3%A1mide-salarial-cu%C3%A1nto-se-debe-ganar-para-ser-un-clase-media-y-por-qu%C3%A9-se-fren%C3%B3-la-movilidad> (consulta 10 de septiembre 2018).
- Yáñez Contreras, M.; Ordoñez Flórez, A y Suárez Ávila, L. (2009). Cultura de uso y explotación económica de las playas en Cartagena de Indias. *Panorama Económico*, (17), 110-132.

Facundo Martín Hernández es Profesor en Geografía (UNMDP). Doctor en Geografía (UNNE). Actualmente se desempeña como Investigador Asistente del CONICET y del Centro de Investigaciones Geográficas y Socio-Ambientales (CIGSA). Es adscripto a la cátedra de Geografía Urbana de la UNMDP. Su línea de investigación son las problemáticas socio-territoriales asociadas a las formas combinadas del desarrollo turístico con el mercado inmobiliario, abordándolas desde una perspectiva crítica y multifactorial. Ha participado en equipos de investigación de la Universidad Nacional de Jujuy y de la Universidad de Buenos Aires. En el presente, forma parte del proyecto de investigación "Geografía Ambiental, Riesgos y Gestión Integrada del Territorio en Espacios Litorales II: Análisis de casos en la costa atlántica de las provincias de Buenos Aires y de Chubut", financiado por la UNMDP y dirigido por la Dra. Mónica García. Ha publicado en diferentes revistas nacionales e internacionales sobre temáticas referidas al impacto del turismo. Es evaluador externo en cuatro publicaciones científicas de Geografía y de las Ciencias Sociales en general. Funes 3350 (7600) Mar del Plata. Buenos Aires. Argentina, fmhernandez12@yahoo.com.ar