

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina

Daniel Cajarville Fernández

Punta del Este, vitrine do Uruguai:
um estudo sobre imagens de lugar e nação desde o Brasil

São Paulo

2022

Daniel Cajarville Fernández

Punta del Este, vitrine do Uruguai:
um estudo sobre imagens de lugar e nação desde o Brasil

Tese apresentada ao Curso de Pós-Graduação
Interunidades em Integração da América Latina, para
obtenção do Título de Doutor em Ciências para a
Integração da América Latina.

Área de Concentração: Sociedade, Economia e Estado

Orientador: Prof. Edgard Monforte Merlo

Versão corrigida

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Edgard Monforte Merlo (USP) _____

Prof. Dr. Amaury Gremaud Patrick (USP) _____

Prof^ª. Dra. Verónica Filardo (UDELAR) _____

Prof^ª. Dra. Leticia D'Ambrosio (UDELAR) _____

Prof^ª. Dra. Roberta Brandalise (FCL) _____

São Paulo

2022

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo

C139p Cajjarville Fernández, Daniel
Punta del Este, vitrine do Uruguai: um estudo sobre imagens de lugar e nação desde o Brasil / Daniel Cajjarville Fernández; orientador Edgard Monforte Merlo - São Paulo, 2022.
310 f.

Tese (Doutorado)- Programa de Pós-Graduação Interunidades em Integração da América Latina. Área de concentração: Integração da América Latina.

1. imagem de lugar. 2. imagem de país. 3. turismo. 4. integração regional. 5. Uruguai. I. Monforte Merlo, Edgard, orient. II. Título.



Universidade de São Paulo – PROLAM USP
Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina



ENTREGA DO EXEMPLAR CORRIGIDO DA DISSERTAÇÃO/TESE
Termo de Ciência e Concordância da orientador(a)

Nome do(a) aluno(a): Daniel Cajaville

Data da defesa: 07/11/2022

Nome da orientador(a): Prof(a). Dr(a). Edgard Monforte Merlo

Nos termos da legislação vigente, declaro ESTAR CIENTE do conteúdo deste EXEMPLAR CORRIGIDO elaborado em atenção às sugestões dos membros da comissão Julgadora na sessão de defesa do trabalho, manifestando-me plenamente favorável ao seu encaminhamento e publicação no Portal Digital de Teses da USP.

São Paulo, 02/01/2023

Assinatura do(a) orientador(a)

A Rena

Agradecimiento

A las personas que acompañaron este proceso de *idas e vindas* entre Brasil y Uruguay como docentes, concededores, improvisados interlocutores, amistades, familiares, entre otros cuyos intercambios abrieron paso a un ejercicio constante de imaginación sociológica: muchas gracias. Dieron pie a una reflexión asociativa que entremezcló teoría con experiencia vivida, que supo conjugar sus saberes varios con conocimientos síntesis en construcción. También a cada palabra muestra de aliento, a cada apoyo cómplice, a cada consuelo ante lo adverso, a cada oportunidad en señal de reconocimiento, a cada estímulo para seguir adelante: *muito obrigado*.

CAJARVILLE, Daniel. **Punta del Este, vitrine do Uruguai: um estudo sobre imagens de lugar e nação desde o Brasil**. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, 2022.

Resumo

Esta pesquisa estuda as imagens projetadas durante o período 1997 - 2020 pelo jornal Folha de São Paulo sobre o destino Punta del Este (PdE), bem como sua relação com a imagem do país Uruguai, em diálogo com outras fontes jornalísticas e documentais produzidos no Brasil e na Argentina, por meio de uma estratégia metodológica de análise de conteúdo. Pelas investigações realizadas, percebe-se uma ênfase simbólica em torno de: i) signos de luxo e hierarquia do destino associados à sua sociabilidade, possibilidades de consumo, internacionalização e infraestrutura; ii) atributos de “civilização” em termos de estabilidade, segurança e cordialidade; iii) imagens em torno de uma paisagem costeira urbanizada, progressivamente conjugada com uma paisagem costeira rústica que avança para o interior rural. Evidencia-se que os grandes hotéis de Punta del Este com representação em São Paulo, entre outros agentes privados e públicos, têm estabelecido relações ostensivas com a mídia e agências de viagens brasileiras. Estes fomentaram olhares para o leste do Uruguai, por meio de agendas de sociabilidade e uma infraestrutura de instalações de alto padrão aberta o ano todo. O Uruguai se diversifica através das imagens de Punta del Este, um destino de sol e praia, mas ao mesmo tempo de arte e cultura, assim como nos últimos anos também de campo e viticultura. O olhar brasileiro pesquisado na Folha de São Paulo observa o destino PdE recorrentemente em relação a Colônia, Montevideu e outros destinos incipientes no país. Os traços de segurança, estabilidade e tranquilidade observáveis na estância atlântico-pratense remetem para imagens consolidadas do país que se deslocam simbolicamente sobre o destino, bem como vice-versa. A visão brasileiro-paulista sobre PdE tem avançado progressivamente, abrangendo uma diversidade cada vez mais próxima da dos argentinos e gaúchos, que costumavam demonstrar maior familiaridade com o destino. Um alto potencial de integração regional denota-se desde esta área litorânea de encontro e identificação entre países vizinhos da América do Sul.

Palavras chave: imagem de lugar, imagem de país, turismo, integração regional, Uruguai.

CAJARVILLE, Daniel. **Punta del Este, vitrina del Uruguay: un estudio sobre imágenes de lugar y nación desde Brasil.** Tesis (Doctorado) – Universidad de San Pablo, 2022.

Resumen

Esta investigación estudia las imágenes proyectadas durante el período 1997 - 2020 por el periódico *Folha de São Paulo* sobre el destino Punta del Este (PdE), así como su relación con la imagen de país del Uruguay, en diálogo con otras fuentes periodísticas y documentales producidas en Brasil y Argentina, mediante una estrategia metodológica de análisis de contenido. A través de las indagaciones realizadas se aprecian énfasis simbólicos en torno a: i) señales de lujo y jerarquía del destino asociado a su sociabilidad, posibilidades de consumo, internacionalización e infraestructura; ii) atributos de “civilización” en términos de la estabilidad, seguridad y trato cordial; iii) imágenes en torno a un paisaje costero urbanizado conjugado progresivamente con un paisaje costero rústico que avanza hacia el interior rural. Se evidencia que los grandes hoteles puntaesteños con representación en San Pablo, entre otros agentes tanto privados como públicos, han entablado ostensibles relaciones con medios y empresas de viaje brasileñas. Los mismos han propiciado miradas hacia el este uruguayo, a través de agendas de sociabilidad y una infraestructura de instalaciones de alto estándar abiertas a lo largo del año. Uruguay se muestra diversificado a través de las imágenes de Punta del Este, destino de sol y playa pero a la vez de arte y cultura, así como en los últimos años también de campo y viticultura. La mirada brasileña relevada en *Folha de São Paulo* observa al destino PdE usualmente en relación con Colonia, Montevideo e incipientes otros destinos del país. Trazos de la seguridad, estabilidad y tranquilidad observable en el balneario esteño remiten a imágenes consolidadas para con el país que se desplazan simbólicamente al destino, así como viceversa. La mirada brasileña-paulista sobre PdE ha avanzado progresivamente, abarcando una diversidad cada vez más próxima a la de argentinos y gaúchos, quienes solían mostrar mayor familiaridad con el destino. Un alto potencial de integración regional es denotado a partir de esta zona balnearia de encuentro e identificación entre países sudamericanos vecinos.

Palabras clave: imagen de lugar, imagen de país, turismo, integración regional, Uruguay.

CAJARVILLE, Daniel. **Punta del Este, showcase of Uruguay: a study on images of place and nation from Brazil**. Thesis (PhD) – University of São Paulo, 2022.

Abstract

This research studies the images projected during the period 1997 - 2020 by the Folha de São Paulo newspaper on the destination Punta del Este (PdE), as well as its relationship with the country image of Uruguay, in dialogue with other journalistic sources and documents produced in Brazil and Argentina, through a methodological strategy of content analysis. Through the research carried out, symbolic emphasis can be seen around: i) luxury and hierarchy signs of the destination associated with its sociability, possibilities of consumption, internationalization and infrastructure; ii) attributes of “civilization” in terms of stability, security and cordial treatment; iii) images around an urbanized coastal landscape, progressively conjugated with a rustic coastal landscape that advances towards the rural interior. It turns evident that the large hotels from Punta del Este with representation in São Paulo, among other private and public agents, have established ostensible relationships with Brazilian media and travel companies. They have fostered views towards the east of Uruguay, through sociability agendas and an infrastructure of high-standard facilities open throughout the year. Uruguay is diversified through the images of Punta del Este, a destination for sun and beach but at the same time for art and culture, as well as in recent years also rural and viticultural. The Brazilian gaze surveyed in Folha de São Paulo observes the PdE destination usually in relation to Colonia, Montevideo and other incipient destinations in the country. Traces of security, stability and tranquility observable in the eastern resort and surroundings refer to these consolidated images for the country that symbolically move to the destination, as well as vice versa. The Brazilian-Paulista perspective on PdE has progressively advanced, encompassing a complexity that is increasingly closer to that of Argentines and Gauchos, who used to express greater familiarity with the destination. A high potential for regional integration is denoted from this seaside area of encounters and identification between neighboring South American countries.

Keywords: place image, country image, tourism, regional integration, Uruguay.

Índice

1. Introducción	- p. 14
1.1. Proyecciones de Punta del Este en Brasil (1997 - 2020)	- p. 14
1.2. Fundamentación	- p. 18
1.2.1. Relevancia	- p. 19
1.2.1.1. Un posicionamiento estratégico	- p.19
1.2.1.2. Una historia de proximidades	- p. 25
1.2.2. Origen y desarrollo del proyecto	- p. 30
1.2.3. ¿Por qué investigar las imágenes de Punta del Este?	- p. 32
1.3. Referencial teórico - conceptual	- p. 33
1.3.1. Imágenes, miradas y discursos en proyección: construcciones al este del Uruguay	- p. 34
1.3.2. Visitar Punta del Este, visitar un “país de turismo”	- p. 40
1.4. Objetivos, preguntas y metodología	- p. 45
1.4.1. Objetivos y preguntas de investigación	- p. 45
1.4.2. Metodología	- p. 47
1.4.2.1. Análisis de contenido	- p. 47
1.4.2.1.1. Pre análisis	- p. 49
1.4.2.1.2. Categorización o codificación	- p. 50
1.4.2.1.3. Interpretación o inferencia	- p. 51
1.4.3. Análisis a desarrollar	- p. 52
2. Imágenes de Punta del Este en Folha de SP	- p. 55
2.1. Lujo y sofisticación <i>puntaestenha</i>	- p. 70
2.1.1. La infraestructura de hotelería, gastronomía, comercios y espectáculos	- p. 76
2.1.1.1. Hoteles	- p. 77
2.1.1.1.1. El hotel Casino, de Conrad a Mantra: Las Vegas en <i>Punta</i>	- p. 80
2.1.1.1.2. Hoteles de campo y mar desde Fasano a VIK: La Toscana en <i>Punta</i>	- p. 85
2.1.1.1.3. Otras nuevas ofertas de lujo y hotelería	- p. 95
2.1.1.2. Gastronomía. de La Posta del Cangrejo a La Huella	- p. 97
2.1.1.3. Arquitectura y paisajes para estar o invertir	- p. 101
2.1.1.4. Paseo de compras	- p. 105
2.1.1.5. La noche: “ <i>badalação puntaestenha</i> ”	- p. 107
2.1.1.6. Ciudad de eventos	- p. 109
2.1.1.6.1. Eventos gubernamentales - corporativos	- p. 111
2.1.1.6.2. Eventos deportivos y culturales	- p. 113
2.1.1.6.3. Eventos matrimoniales	- p. 116
2.1.2. La ostentación de ricos y famosos en <i>Punta: jet set y socialités</i>	- p. 118
2.1.2.1. De Maradona a Ronaldo: menciones sostenidas en el tiempo	- p. 120
2.1.2.2. De Shakira a Roberto Carlos y Julio Iglesias: trascender el lugar	- p. 123
2.1.2.3. Otros célebres brasileños en Punta del Este	- p. 126
2.1.2.4. Otros célebres extranjeros en Punta del Este	- p. 129
2.1.2.5. Televisión y cine	- p. 132
2.2. La civilidad esteña: un destino europeizado, estable, seguro y educado	- p. 136
2.2.1. Estabilidad y seguridad	- p. 139
2.2.2. La buena educación	- p.141
2.2.3. Equipamiento cultural	- p. 142
2.2.4. Contracaras de la civilidad esteña	- p. 145
2.3. Paisajes de mar y campo	- p. 150

2.4. Sobre “*luxo*”, “*civilidade*” y “*natureza*” en Punta del Este - p. 152

3. La construcción de miradas *puntaestenh*as en el tiempo, a través de Folha de São Paulo - p. 154

3.1. 1997 - 2007. Un ostentoso destino cada vez más familiar a Brasil: cruceros, hoteles casino, playas y sociabilidad - p. 157

3.2. 2008 - 2020. Un lugar para brasileños en el que encontrar al mundo: sofisticación urbana y rural sobre el mar - p. 160

3.3. *É dos brasileiros* - p. 164

3.4. Un lugar de comparación con el mundo - p. 174

3.5. Uruguay y Punta del Este miran a Brasil - p. 177

3.6. *Roteiros brasileiros* que se multiplican en Punta - p. 179

3.6. 1. “*Programe -se*”: Reveillon, carnaval y otros feriados - p. 181

3.6.2. Epicentros hoteleros - p. 182

3.6.3. Cruceros - p. 185

3.6.4. Alternativas - p. 189

3.7. Influenciadores - p. 190

3.8. Otras miradas sobre el balneario - p. 194

3.9. Punta a través del tiempo brasileño - p. 196

4. Uruguay a través de Punta del Este: miradas desde Brasil - p. 198

4.1. La diversidad del país: miradas brasileñas de un Uruguay conocido y por conocer- p. 200

4.1.1. Playa - p. 204

4.1.2. Centro urbano - p. 205

4.1.3. Campo - p. 207

4.1.4. Punta en Uruguay: playa, ciudad, campo - p. 214

4.2. Lugar al que ir para brasileños - p. 216

4.3. La imagen de Uruguay y la imagen de Punta del Este - p. 218

4.3.1. País estable y seguro: ciudad apacible - p. 219

4.3.2. País de igualdad: ciudad del lujo - p. 221

4.3.3. País progresista: ciudad liberal - p. 225

4.3.4. Del país “*pacato*” y “*passadista*” al país “*descolado*” y “*badalado*” - p. 228

4.4. Entre contrastes y continuidades: Uruguay y su principal balneario - p. 229

4.5. Uruguay en Punta del Este, hacia Brasil - p. 230

5. Imágenes de Punta del Este y Uruguay desde otras latitudes y referencias - p. 283

5.1. La Nación - p. 233

5.1.1. Imágenes de lujo y elitización internacional - p. 237

5.1.2. Punta del Este: tranquilidad y seguridad accesibles - p. 243

5.1.3. Paisaje: de la ciudad jardín a la costa ruralizada - p. 253

5.1.3.1. Hacedores de paisajes - p. 253

5.1.4. Sociabilidad balnearia - p. 255

5.1.4.1.. Hotelería: de la península a la campiña - p. 255

5.1.4.2. Gastronomía - p. 258

5.1.4.3. Vida nocturna - p. 261

5.1.4.4. Celebridades - p. 262

5.1.4.5. Eventos - p. 264

5.1.4.5. Artes - p. 264

5.1.5. Un lugar para residir	- p. 267
5.1.6. Un lugar para los bienes raíces	- p. 269
5.2. Zero Hora	- p. 272
5.2.1. Un destino uruguayo al que los gaúchos pueden ir: lujo, civilidad y naturaleza	- p. 272
5.2.2. Casino resort, fiestas y eventos para brasileños	- p. 277
5.2.3. Rústica campiña, arte y tranquilidad sobre el mar	- p. 278
5.3. Un encuentro de miradas entre Buenos Aires, Porto Alegre y São Paulo	- p. 284
6. Consideraciones finales	- p. 283
6.1. Punta del Este, <i>xodó dos brasileiros</i>	- p. 283
6.2. Uruguay, <i>xodó dos brasileiros</i>	- p. 286
6.3. Limitaciones y consideraciones para investigaciones futuras	- p. 289
7. Bibliografía	- p. 292

Lista de figuras

- Figura 1 - Localización de Punta del Este en Uruguay.
- Figura 2 - Punta del Este, entre Laguna del Sauce y Laguna de Rocha hasta límite de pueblos Edén y Garzón.
- Figura 3 - Folha de São Paulo, 9/12/2004.
- Figura 4 - Folha de São Paulo, 28/12/2018.
- Figura 5 - Folha de São Paulo - 4/08/1997.
- Figura 6- Portada del sitio electrónico de Hotel Conrad, 2013.
- Figura 7. Pie de página del sitio electrónico de Hotel Conrad, 2011.
- Figura 8 - Folha de São Paulo, 21/12/2016.
- Figura 9 - Folha de São Paulo, 01/09/2016.
- Figura 10 - Folha de São Paulo, 01/09/2016.
- Figura 11 - Portada del sitio electrónico del Hotel Fasano Las Piedras, 2014.
- Figura 12 - Mapa de localización en sitio electrónico del Hotel Fasano Las Piedras, 2022.
- Figura 13 - Folha de São Paulo, 22/11/2013
- Figura 14 - Columna Social de Mónica Bergamo, Ilustrada, Folha de São Paulo 28/12/ 2002.
- Figura 15 - Folha de São Paulo, 31/01/2013.
- Figura 16 - Folha de São Paulo, Galería de Imágenes, 19/08/2021.
- Figura 17 - Ilustraciones de la costa este uruguaya en FdSP para el año 2000 y 2011.
- Figura 18 - Folha de São Paulo, 11/01/2010.
- Figura 19- Folha de São Paulo [Portada de Revista São Paulo], 30/01/2011.
- Figura 20 - Folha de São Paulo [Interior de Revista São Paulo], 30/01/2011.
- Figura 21 - Folha de São Paulo [Interior de Revista São Paulo], 30/01/2011.
- Figura 22 - Folha de São Paulo [Interior de Revista São Paulo], 30/01/2011.
- Figura 23 - Folha de São Paulo, 17/06/2018.
- Figura 24 - Folha de São Paulo, 17/06/2018.
- Figura 25 - Folha de São Paulo, 20/08/2011.
- Figura 26 - Folha de São Paulo [sección Turismo, edición *Pelos mares* y Revista Sao Paulo], 26/10//2016.
- Figura 27 - Folha de São Paulo [Revista Sao Paulo, artículo A festa do Sol], 20/11/2016.
- Figura 28 - Folha de São Paulo [sección Turismo, señalización de bodegas al interior de área PdE], 07/10//2021.
- Figura 29 - La Nación [imagen del artículo “Punta del Este: lifestyle y negocios frente al mar”], 22/12/2012.
- Figura 30 - La Nación, 12/01/19.
- Figura 31 - La Nación, 1/04/2022.
- Figura 32 - La Nación, 16/12/2018.
- Figura 33 - Zero Hora, 19/03/2018.
- Figura 34 - Zero Hora [fotografías de lectores], 18/02/2019

Lista de gráficos

Tabla 1 - Ingresos al Uruguay según nacionalidad 1997 - 2021.

Tabla 2 - Menciones a Punta del Este en publicaciones varias y noticias sobre el balneario, 1997 - 2020.

Tabla 3 - Distribución de menciones a Punta del Este en publicaciones varias y noticias sobre el balneario, 1997 - 2020.

Tabla 4 - Distribución de publicaciones acerca de Punta del Este en FdSP, según sección.

Tabla 5 - Distribución de publicaciones acerca de Punta del Este en FdSP, según fuente de redacción

Tabla 6 - Enviados especiales desde Brasil y colaboraciones desde Uruguay para FdSP.

Tabla 7 - Publicaciones acerca de Punta del Este según Agencia de Noticias externas a FdSP/FolhaPress.

Tabla 8 - Distribución de menciones a Punta del Este en FdSP según sección, entre 1997 y 2020.

Tabla 9 - Codificación de menciones a PdE para el período 1997 - 2020.

Tabla 10 - Codificación de menciones PdE para el período 1997 - 2007.

Tabla 11 - Codificación de menciones PdE para el período 2008 - 2022.

1. Introducción

Esta investigación recorre la imagen proyectada por el destino turístico Punta del Este (PdE) entre los años 1997 y 2020, a la vez que indaga sobre su relación material y simbólica con el Uruguay, a través del periódico *Folha de São Paulo* y otras fuentes complementarias que permiten explicar la consolidación en años recientes de imágenes puntaesteñas y uruguayas desde el Brasil.

En este apartado será presentada la investigación, su relevancia y referencial teórico, así como los objetivos e hipótesis que orienta su realización. A su vez, será fundamentada la propuesta y expuesta la metodología planteada para la misma.

1.1. Proyecciones de Punta del Este en Brasil (1997 - 2020)

Esta investigación acompaña las geografías de un proceso de crecimiento en la recepción de turistas y migrantes residenciales brasileños en Punta del Este, Uruguay. Imágenes del balneario esteño, así como del país al cual éste pertenece, dan señales de afianzamiento no sólo en el cercano Río Grande do Sul cuyos lazos fronterizos se arrastran en el tiempo, sino también y muy especialmente en un Estado como São Paulo, cuya densidad poblacional y concentración de oportunidades han confluído en un estrechamiento de relaciones con el destino turístico-residencial uruguayo.

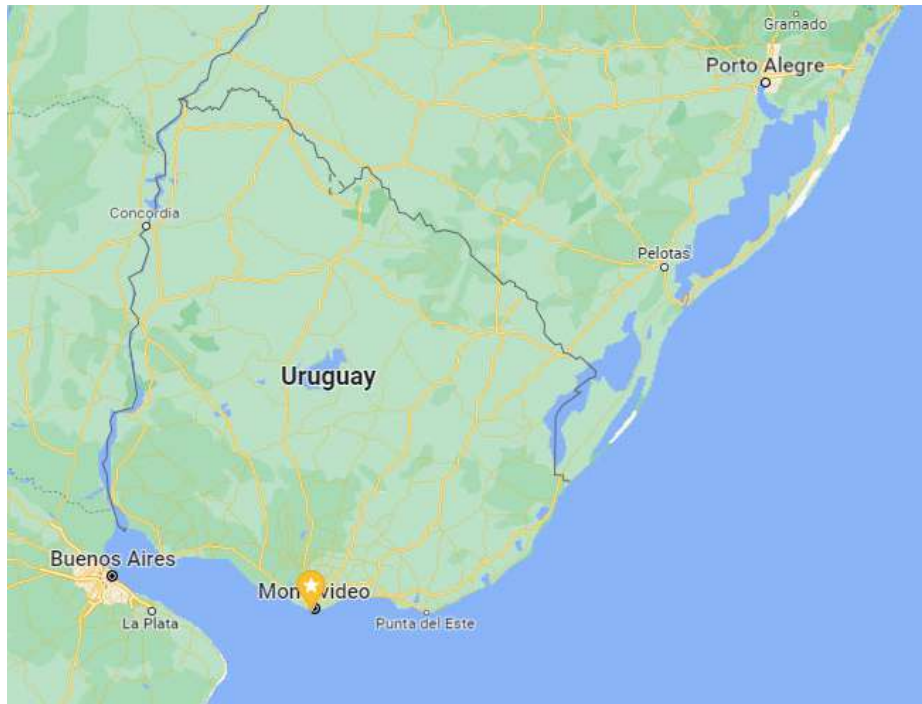


Figura 1 - Localización de Punta del Este en Uruguay. Tomado de: Google Maps.

En tal sentido, ha de considerarse que esta área geográfica es imaginada a través de un recorte usualmente mayor al que los mapas delimitan, trascendiendo jurisdicciones catastrales:

Es importante señalar que para quien viene de afuera, Punta del Este es todo lo que bordea la costa, apenas se llega al lomo de Punta Ballena o inclusive antes, al llegar al aeropuerto de Sauce de Portezuelo (21 km antes de llegar a la ciudad de Punta del Este), y se extiende hasta José Ignacio (en el límite con el departamento de Rocha). Esa es la idea del balneario como marca, como destino turístico. Llevando inclusive a que algunos emprendimientos turísticos y de bienes raíces se definan como geográficamente situados en dicho balneario, aunque en algunos casos se encuentren en otro departamento (D'AMBROSIO, 2017, p.33).

La cita anterior, surgida de una serie de estudios sobre el habitar en dicha área a partir de la tesis doctoral y otras investigaciones de la antropóloga Leticia D'Ambrosio, refiere la amplitud de un entorno difuso que podría localizarse entre las anchas fronteras de Laguna del Sauce y Laguna de Rocha en Uruguay, integrando tanto las islas Gorriti y de Lobos como a su vez avanzando hacia un interior del departamento de Maldonado igualmente borroso hacia los bordes de Pueblo Edén y Pueblo Garzón. En tal sentido, podrán encontrarse menciones a un Punta del Este capaz de cubrir tal perímetro o no necesariamente, surgiendo José Ignacio, Garzón o Pueblo Edén como puntos aparte según cuánto simbolice, represente o posibilite imaginar el sello puntaesteño para quienes lo evocan.



Figura 2 - Punta del Este, entre Laguna del Sauce (formación de agua, a la izquierda) y Laguna de Rocha (formación de agua, a la derecha), desde el litoral hasta los pueblos Edén y Garzón. Tomado de: Google Maps.

Tras la anterior demarcación territorial, ha de indicarse que el recorte temporal de este estudio inicia en el año 1997 con la inauguración del *Hotel Casino Conrad*, un emprendimiento cinco estrellas estilo Las Vegas impulsado inicialmente por la cadena Hilton, el cual promovería una mayor internacionalización del destino, especialmente en Brasil donde la empresa instala una agencia comercial con sede en São Paulo, invierte en publicidad desde la creación de contenidos televisivos y presencia en múltiples medios, promueve vuelos charters y paquetes de viaje desde ciudades centrales (SP y RJ), entre otras acciones dirigidas a posicionar su hotel casino, además de centro de convenciones y eventos.

En enero de 1997, el Hotel Conrad Resort de Punta del Este (...) resaltaba su casino «al más auténtico estilo Las Vegas» que permanecería abierto todo el año, las 24 horas del día (...). Pocos meses más tarde fue habilitado el hotel con trescientas dos habitaciones (veinticuatro lujosas suites y una costosa presidencial que costaba dos mil dólares la noche), playa de estacionamiento para quinientos automóviles, cinco restaurantes, seis bares, dos piscinas - una de ellas cubierta -, una galería comercial, un Health Club, canchas de tenis y un centro de convenciones con capacidad para cuatro mil personas). Punta del Este entraba en una nueva etapa (TROCHÓN, 2017, p. 384).

Otras transformaciones en la infraestructura local sucedieron en paralelo, en el marco de un proceso dirigido a consolidar la inserción internacional del país y especialmente el destino Punta del Este. Ello, a través de:

(...) acciones políticas en el territorio que registran hitos claves a fines de la década del 90 como fueron: la doble vía en la Ruta Interbalnearia, la instalación de cadenas

hoteleras internacionales y la apertura de hoteles 5 estrellas –a partir de la construcción del Hotel Conrad de la cadena Hilton- y la mejora de infraestructuras en el aeropuerto de Laguna del Sauce [en proximidades de Punta del Este] que comienza a operar con carácter internacional. . En esta etapa se construyó también otro de los edificios emblemáticos que dotarían a la ciudad de equipamientos a escala regional, como fue el centro comercial “Punta Shopping” (CAMPODÓNICO y ÁNGELO, 2019, p. 97).

En 2010, un “*hotel de superluxe*”¹ paulistano instala en Punta del Este su primera unidad fuera de Brasil con un proyecto arquitectónico de Isay Weinfeld que, a diferencia de la mayoría de sus predecesores, apela al campo antes que al mar y se aleja del centro urbano puntaesteño, en un proceso notorio de consagración del litoral este del departamento de Maldonado. *Fasano Las Piedras* erige entonces unas pocas decenas de habitaciones en un entorno situado entre ostentosos viñedos y olivares en su mayoría inexistentes diez años atrás, al tiempo que su localización se aproxima del balneario José Ignacio, usualmente considerado una extensión de Punta del Este consagrada especialmente a partir de la década de 2000 como su expresión más sofisticada y exclusiva. A partir de 2010 a la fecha, el emprendimiento integrará desde campos de golf y polo, a aeropuerto privado y venta de propiedades integradas.

Completo em sua essência, o Fasano Las Piedras se encontra em uma área de 480 hectares, entre paisagens naturais e contornos desenhados em campos de golfe e polo, piscina, spa, kids club, centro equestre, quadras de tênis, river club com 150m de praia privativa à beira do Rio Maldonado, hortas orgânicas e toda a infraestrutura do Hotel Fasano.

Um local que se transforma em palco daqueles momentos cheios de história pra contar. Consolidado há mais de uma década, o empreendimento entra, agora, em fase de expansão com novos lotes, residências e estâncias que privilegiam a integração entre o campo e o mar rodeados por jardins a céu aberto (Fasano, 2022)

Tras sobrellevar períodos de crisis en Argentina y Brasil, en la segunda mitad de la década de 2010, es a principios de 2020 que ambos hoteles cierran sus puertas ante el arribo de una inesperada emergencia sanitaria que clausura las fronteras internacionales, para progresivamente abrirlas a migrantes residenciales así como turistas domésticos y luego, a fines 2021, a turistas extranjeros. Restaurantes, museos y galerías, centros comerciales, inclusive playas y parques, tuvieron vedado el acceso; no obstante, la población permanente dio un salto tras la radicación temporal y/o permanente de muchos anteriores turistas, impulsando el desarrollo paralelo de centros educativos, sanitarios, comerciales y culturales preexistentes. En enero de 2022 se inaugura el ambicioso Museo de Arte Atchugarry, los

¹ ZONTA, NATÁLIA. Um olhar inédito sobre hotéis paulistanos de superluxe. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 6.dez.2010. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/saopaulo/841502-um-olhar-inedito-sobre-hoteis-paulistanos-de-superluxe.shtml> Acceso: 20.set.2020

hoteles habían reabierto y nuevas imágenes del lugar surgían a la vez que otras eran reafirmadas.

El período que transcurre de 1997 a 2020 no remite meramente a un período de afianzamiento de una hotelería de alta categoría abierta todo el año en Punta del Este, sino que tales transformaciones convergen como causa y consecuencia de imágenes del lugar en consolidación y mutación. En confluencia entre acciones de la gestión pública y agentes privados, así como en la sociabilidad de sus visitantes, las transformaciones del escenario nacional, regional y global, entre otros factores, echan a andar la imagen puntaesteña y también la imagen país. *Folha de São Paulo* y las fuentes complementarias a ser indagadas en esta tesis ponen de manifiesto una imagen de Punta del Este, proyectada en Brasil asociada al lujo masificado a través de playas acompañadas de espectáculos, celebridades y casinos, en convivencia con otras manifestaciones de “*alto luxo*” ligadas a una mayor reserva y experiencias diversificadas que integran una gastronomía selecta, vivencias campestres, paisajes y arquitectura sofisticadas. Uruguay acompaña ambas expresiones, como un país que da marco a Punta del Este mediante atributos y atractivos en mayor o menor grado complementarios, según épocas y perfiles de interesados en uno u otro.

1.2. Fundamentación

Estudiar las relaciones entre Uruguay y Brasil a través de representaciones simbólicas evocadas desde Punta del Este, en tanto destino turístico, residencial y de inversiones influyente especialmente en el estratégico eje centro - sur brasileño, surge como una vía para la comprensión de las dinámicas de la integración regional en el contexto contemporáneo, a inicios de siglo.

A continuación será argumentada la relevancia de esta investigación, a partir de lo antes señalado, en base a las relaciones materiales y simbólicas que median a ambos países sudamericanos, dando especial atención al papel ocupado por un balneario uruguayo de presencia creciente en el mapa de imágenes que desde Brasil se construye sobre su fronterizo Uruguay. Asimismo, se ahondará sobre la originalidad del abordaje propuesto y el trayecto académico de investigación de su autor sobre el cual se sitúa.

1.2.1. Relevancia

Uruguay surge como un país de fronteras, según se insiste en la historiografía nacional (CAETANO, 2019). Mientras ante Argentina se comparte una lengua, así como media un río entre las capitales nacionales, “(...) parece haber una relación inversa entre la importancia que ha cobrado Brasil en las últimas décadas y la poca atención que recibe, mientras que Argentina concentra el mayor interés cuando históricamente está perdiendo influencia (...)” (MARCHESI & MARKARIAN, 2016, p. 142). En paralelo, desde el pequeño país del sur se proyecta Punta del Este, en tanto “(...) *a city of unparalleled economic and political significance for the project of building a new, strategically positioned Uruguay*” (RENFREW, 2004, p. 18). Ello, a través de un proceso que encuentra evidencias sobre las cuáles se abren múltiples interrogantes.

1.2.1.1. Un posicionamiento estratégico

A fines de 1986, tras la reciente recuperación democrática en Uruguay, el entonces Ministro de Relaciones Exteriores y ex Secretario Ejecutivo de la CEPAL (1972-1985), Enrique Iglesias² (1987), sostenía:

Siempre he creído que Punta del Este es algo más que un balneario del que podemos estar legítimamente orgullosos todos los uruguayos y en particular nuestra economía a la que tanto contribuye.

Es un instrumento de relacionamiento del país con el mundo y debe ser un proyecto privilegiado de nuestra imagen en el exterior. Lo es a través de los miles de turistas que año tras año nos visitan y nos conocen. Lo es y debiera serlo mucho más, como un centro de encuentro internacional que además de mostrar al mundo las bellezas del lugar, sea un testimonio del nivel cultural del país, del grado de tolerancia de la sociedad uruguaya y de nuestra reconocida vocación internacional.

Al prologar una publicación emblemática sobre la historia y sociedad del balneario esteño, *Crónica de Punta del Este* (GATTÁS y GIURIA, 1987), Iglesias afirma lo antes citado así como expresa que la “vigorosa realidad” de Punta del Este “(...) deberá seguir contribuyendo a la imagen y el progreso del país (...)”.

Uruguay, en el año 1933 pasó a contar con una Comisión Nacional de Turismo, la cual fuera precedida de políticas públicas departamentales en el área desde la década de 1900, en señal

² El economista, político y escritor uruguayo de origen español fue secretario técnico de la Comisión de Inversiones y Desarrollo Económico (1960-1967), presidente del Banco Central del Uruguay (1967-1968), secretario ejecutivo de la CEPAL (1972-1985), ministro de Relaciones Exteriores de Uruguay (1985-1988), presidente del Banco Interamericano de Desarrollo (1988-2005) y secretario general de la Secretaría General Iberoamericana (2005-2014) (SEGIB, 2022).

de reconocimiento a la contribución del sector turístico al país (DA CUNHA et al., 2012; DÍAZ PELLICER, 2012). Mientras que, en Brasil, sólo a partir de la década de 1950 surgirían institucionalidades correlatas como el Conselho Estadual de Turismo de Río Grande del Sur y poco después de los Estados de São Paulo y Santa Catarina, tomando como antecedente la experiencia uruguaya (GOIDANICH, 1993). A pesar del antecedente de Getulio Vargas en el uso de la imagen de Río de Janeiro desde la política de la buena vecindad norteamericana (CASTRO, 1999), el presidente Juscelino Kubitschek al asumir en 1956 será pionero en referencia explícitas a la actividad turística como de relevancia para la gestión gubernamental brasileña, a la vez que reconocerá el antecedente uruguayo (op. cit.).

En el Primer Congreso Brasileño de Turismo de 1956, organizado principalmente por la Confederación Nacional de Comercio, el entonces recién asumido presidente brasileño declaró:

É tempo do Brasil se compenetrar da importância do seu patrimônio turístico, transformando-o, por um trabalho de valorização conveniente e exploração industrial adequada, em ativo fator de enriquecimento, cultura, propaganda, aprimoramento político e bem-estar social.

Devemos, afinal, compreender; o que as nações nossas vizinhas há muito compreenderam (...). Já não é necessário invocar os clássicos exemplos de países europeus - França, Itália, Suíça e outros; aí estão, em nosso próprio Continente, o Canadá, México, Cuba, Uruguai, Peru, a fruírem vultosos proventos (...).

Até agora, esteve praticamente ausente a ação do Governo Federal, no campo especificamente turístico (KUBITSCHKEK apud GOIDANICH, 1993, p. 53-54)

El acumulado de Uruguay en materia de administración e institucionalización de la actividad turística, trayectoria fuente de emulación así como reconocible fuera de fronteras, sustenta interrogantes dirigidas a indagar sobre la relación establecida entre un destino turístico estratégico para el Uruguay como el aquí estudiado y los ecos que promueve en Brasil, respecto de las relaciones bilaterales entre países y sus poblaciones.

“Punta del Este has been central to the government’s strategy of constructing a «new Uruguay: a service-oriented, outward-looking, and high-tech financial and economic center of the Mercosur regional trade bloc»”, sostiene el cientista social Daniel Renfrew (2004, p. 12). El balneario se ha posicionado como escenario privilegiado para una nueva imagen país, su exclusividad ha emergido como el rostro de un país competitivo. Punta del Este ha servido para la proyección de narrativas de un Uruguay grandilocuente, por oposición a aquellas imágenes de un país de medianías (de capas medias). Renfrew (2004) indagó a principios de siglo el proceso de integración regional a través del destino, en un período de paralela intensificación de relaciones comerciales globales al influjo del Consenso de Washington. El

autor ahonda sobre la constitución de un modelo de Uruguay para el cual sus líderes “(...) *self-designated the country as regional capital of Mercosur, its center of finance, tourism, and other services (...).*” (RENFREW, 2004, p. 15).

Al aproximar ese papel geopolítico al contexto reciente del Cono Sur, encontramos que la creación del MERCOSUR y la apuesta a un regionalismo abierto aumentaron los flujos de intercambio entre sus países miembros, a inicios de la década de 1990. “Entre 1991 y 1998 los intercambios comerciales se multiplicaron por cinco y los países miembros del grupo se fueron convirtiendo crecientemente en mercados esenciales para cada uno de los socios.” (BIZZOZERO, 2009, p.80). La cercanía geográfica preexistente, encontró estímulos para fortalecer las relaciones mutuas en los diferentes sectores económicos. El mirarse mutuamente y reconocerse en alianza, gestó una geopolítica de integración que acompañó un proceso de ascenso regional de Brasil, desde “(...) la prioridad otorgada al espacio sudamericano en la definición de la política exterior” (BIZZOZERO, 2008, p.6). A pesar de una retracción del proceso durante el período de crisis regional 2001 - 2003 (ibid.), los flujos de intercambio se vieron incrementados; entre los cuales, aquellos vinculados al turismo, residencias, inversiones inmobiliarias y otras (ALTMARK et al., 2012).

Aquel cisma que significó la crisis de principios de siglo, vivenció la Marcha de Punta del Este de 2002, protagonizada por la central sindical uruguaya PIT-CNT en protesta al avance del desempleo y la pobreza. Una notoria señal de contradicción para aquel modelo de una ciudad entendida como global por Renfrew (2004), manifestación de un país cuya pujanza se desdibujaba. El autor antes citado define a la discutida noción de ciudad global como “*nodes of reflexivity*” a partir de Nigel Thrift (1996), en tanto proyectos políticos de inserción en el mundo. Punta del Este se acopla a imágenes de un Uruguay globalizado, sirviendo a fines de inserción nacional en la región y el mundo, de acuerdo al cientista social uruguayo, en tanto símbolo de éxito y transformación. Aquella marcha que no logró ingresar a Punta del Este, al ser detenida poco antes de su arribo, puso en disputa imágenes del país. El giro político-gubernamental de 2005, implicó un modelo de mayor redistribución sin prescindir de una estrategia de inserción regional y global en diálogo con la antes descrita (CAETANO, 2019).

El siglo XX encontró en Uruguay y Brasil a dos repúblicas en consolidación, que llegarían a forjar una Unión Aduanera y Mercado Común, junto a Argentina y Paraguay, tal como se

introducirá más adelante, lo cual condujo a un oportuno marco comercial para el siglo XXI en el cual la preeminencia brasileña en la región se evidenciaba en alza (BIZZOZERO, 2009) . Entre ambos estados nacionales mencionados al inicio de este párrafo, en materia comercial, desde principios de la década de 2000 hasta mediados de la década de 2010, se dio una “*diplomacia dos grandes negócios*” (p. 63) de acuerdo a Fabio de Oliveira Maldonado (2021). Es decir, un “*espaço privilegiado para os negócios brasileiros*”(p. 67) y se estableció “*uma plataforma de internacionalização do capital brasileiro*” (p. 67), evidenciable en la instalación de un representación del *Banco Nacional do Desenvolvimento* (BNDES) en Montevideo. Al mismo tiempo, líneas especiales de crédito promovieron la inserción fuera del país de empresas brasileñas, la extroversión de capitales hacia el pequeño país de su frontera sur fue marcante. El acercamiento de Brasil a Uruguay resultaba de magnitudes inéditas, en materia de inversiones.

Oliveira Maldonado (2021) indica que entre 2007 y 2009 Marfrig Global, Minerva Foods y JBS adquieren grandes frigoríficos y plantas de producción cárnicas en funcionamiento; la empresa brasileña Camil adquirió en 2007 a la uruguaya Saman, productora del 50% del mercado arrocero nacional, ocupándose de la cadena productiva desde el campo al mercado; la producción sojera condujo a cientos de productores rurales brasileños al Uruguay. En el sector energético, Petrobras adquiere en 2004 a la empresa de gas natural uruguaya, Conecta, mientras que dos años después compra Gaseba, su competidora. En el sector financiero, a partir de 2006 el Banco Itaú opera en Uruguay y controla la empresa líder en tarjetas de crédito, OCA. además del segundo mayor fondo de pensiones, Unión Capital, siendo en 2013 Itaú el tercer mayor banco del país (SETUBAL, 2013). Antecedentes como la instalación de la metalúrgica brasileña Gerdau en 1980 o hitos posteriores como la llegada de Lojas Renner en 2017, resultan en cierto grado distantes de aquella efervescencia del período relatado. El turismo, en tanto exportación de servicios encontraba entonces una coyuntura de potencial convergencia.

Entre 2003 y 2015, el promedio de la inversión extranjera directa (IED) declarada como de origen brasileño, fue de 121,8 millones de dólares, 7,2% del total, segundo origen de inversiones luego de Argentina, con 447,5 millones de dólares equivalentes al 26,4% del total (BITTENCOURT et al., 2019, p.25). A partir de 2016, se da un giro político en Brasil que representa un nuevo enfoque en la política regional, disminuyendo el énfasis anterior en la inserción latinoamericana del país lusófono, a la vez que asciende la influencia de China

(OLIVEIRA MALDONADO, 2021). Los avances del capital brasileño sobre Uruguay atravesarán retrocesos, sin dejar de significar una presencia visible en el país. Lo anterior refiere a rubros diversos, cabría agregar el sector turístico y asociados (hotelería, gastronomía, entretenimiento, construcción, entre otros), al respecto del cual no se han relevado datos exhaustivos. No obstante, ello se verá parcialmente reflejado a lo largo de esta tesis. Por otra parte, ¿qué papel ha jugado la imagen de Uruguay, en relación a su destino Punta del Este, para un proceso de integración como el antes descrito?

Nacionalidad de visitantes ingresados al Uruguay - 1997 a 2021						
Año de ingreso	Total	Uruguayos	Sub-total (sin uruguayos)	Argentinos	Brasileños	Otros
1997	2.462.532	442.535	2.019.997	1.602.845	200.331	216.821
1998	2.323.993	389.702	1.934.291	1.513.834	212.182	208.475
1999	2.273.164	384.860	1.888.304	1.532.725	153.740	201.839
2000	2.235.887	362.544	1.873.343	1.510.386	140.905	222.052
2001	2.136.446	347.727	1.788.719	1.478.561	121.882	188.276
2002	1.353.872	258.508	1.095.364	813.304	118.400	163.660
2003	1.508.055	264.817	1.243.238	866.570	151.383	225.285
2004	1.870.858	301.188	1.569.670	1.108.592	187.744	273.334
2005	1.917.049	284.821	1.632.228	1.107.514	197.672	327.042
2006	1.824.340	280.874	1.543.466	975.027	228.353	340.086
2007	1.815.281	260.028	1.555.253	908.116	286.319	360.818
2008	1.997.884	273.781	1.724.103	1.046.867	297.332	379.904
2009	2.098.780	296.875	1.801.905	1.150.492	263.414	387.999
2010	2.407.676	352.978	2.054.698	1.261.516	376.894	416.288
2011	2.960.155	372.223	2.587.932	1.723.005	426.315	438.612
2012	2.845.989	277.824	2.568.165	1.763.518	396.828	407.819
2013	2.815.322	345.640	2.469.682	1.648.343	392.992	428.347
2014	2.810.651	429.304	2.381.347	1.479.965	461.673	439.709
2015	2.964.841	388.577	2.576.264	1.706.389	429.098	440.777
2016	3.328.450	313.228	3.015.222	2.139.598	432.442	443.182
2017	3.940.790	331.102	3.609.688	2.656.285	504.488	448.915
2018	3.711.948	459.851	3.252.097	2.319.640	466.673	465.784
2019	3.220.602	513.799	2.706.803	1.744.643	489.701	472.459
2020	0
2021	233.536	35.171	198.365	123.007	58.325	17.033

Tabla 1 - Ingresos al Uruguay según nacionalidad 1997 - 2021. Tomado de: Ministerio de Turismo en base a datos de la Encuesta de Turismo Receptivo y Dirección Nacional de Migración (INE, 2022)

El turismo proveniente de Argentina ha resultado estructurante de la actividad turística uruguaya (BRIDA et al., 2020; TROCHÓN, 2017; DA CUNHA y CAMPODÓNICO, 2012). En el largo plazo resulta usual que turistas argentinos se tornen propietarios y/o retornen sucesivamente; la tendencia brasileña, difiere de lo anterior. La relación entre las demandas de turismo de Argentina y de Brasil varían, si bien ambas se expresan de forma “(...) relacionada positivamente con el ingreso del país de origen de los turistas y el tipo de cambio real turístico confirmando lo que predice la teoría de la demanda”. Sucede que “(...) la demanda brasileña es más elástica que la argentina cuando se toma la elasticidad ingreso como la elasticidad del tipo de cambio real turístico” (ALTMARK et al, 2012, p. 11). Las segundas residencias de argentinos han consagrado un turismo cautivo, de menor expresión entre brasileños aunque su presencia se ha tornado cada vez más ostensible.

En su tesis de doctorado sobre la Televisión en la Frontera Sur de Brasil, Roberta Brandalise (2011) analiza una edición de Globo Reporter transmitida en 2010, donde se afirma que “*O Uruguai é caracterizado como um lugar que «o Brasil ainda não conhece»*”, al tiempo que se enfatiza como un lugar a “*desvendar*” para brasileños que aún no reconocen la belleza por descubrir al sur de sus fronteras. Un pueblo “*culto*”, “*creativo*” y que “*inspira confianza*” es enunciado. Se plantea esa frontera sur como de amistad y paz, en una narrativa positivizante característica del programa. “*Observamos que recentemente³ a caracterização do Uruguai como destino turístico tornou-se uma tendência na mídia brasileira*”, señala Brandalise, mencionando una edición de la Revista São Paulo del diario *Folha de São Paulo* que incorporó a Punta del Este en la portada (edición del 30 de enero de 2011), así como una materia periodística de la misma en la que se define a Punta del Este como un destino de lujo que atrae a un creciente número de turistas e inversores paulistanos.

“*Parece a Toscana*”, “*Comos nos Hamptons*”, “*Lembra a Ibiza*”. A modo de comparación con “*(...) destinos turísticos internacionais, frequentados principalmente por um público economicamente bastante favorecido*” (p. 532). Brandalise ofrece primeros indicios de cuánto esta investigación ahonda sobre las imágenes puntaesteñas. El reportaje antes citado sostiene una narrativa en la que “*(...) além dos paulistanos, jet setters e celebridades fazem do litoral uruguaio o hype desse verão*”. La sofisticación y distinción del destino sobresalen, a su vez

³ Evidencia que sustenta la tendencia antes sostenida de aumento del reconocimiento de la imagen país de Uruguay.

que se destaca una especial alusión a la presencia de la cadena paulista Fasano, mientras se afirma en el artículo que “*Punta é nossa*”. Brandalise (2011) argumenta sobre la influencia de empresarios brasileños en el este uruguayo y la manera en que: “*Os paulistas ditam tendências (e cifras) no verão uruguaio*”. Las relaciones entre Brasil y Uruguay a través del turismo emergen en proceso de vigorización, sin que por ello deba interpretarse que sean recientes o novedosas. Especialmente de considerar lazos entablados desde la Región Sur y Sudeste de Brasil.

1.2.1.2. Una historia de proximidades

Al surgir el Imperio de Brasil el 7 de setiembre de 1822, la entonces Provincia Cisplatina cuya jurisdicción abarcaba la actual República Oriental del Uruguay y parte del actual Estado de Río Grande del Sur, fue integrada al recién forjado Estado (LIMA, 1996). Desde 1817, el Reino Unido de Portugal, Brasil y Algarves⁴ dominaba aquel territorio al cual denominó en base a su localización “de este lado de” (cis) el Plata (platina). La Banda Oriental del Uruguay previamente fue objeto de dominio portugués luego de que en 1816 el Rey João VI envió una *Divisão de Voluntários Reais* comandada por el Gral Carlos Frederico Lécór, a tomar Maldonado y ocupar Montevideo en 1817 (ibid.). Múltiples confrontaciones se sucederían posteriormente, hasta la victoria portuguesa en la Batalla de Tacuarembó de 1820. En Tratado firmado el 31 de julio de 1821 la Provincia Cisplatina es incorporada al reinado de los luso-brasileños, tras un grado de devastación a lo largo del territorio que encontró como salida tal acuerdo. Igualmente, la región permanecería en disputa para los intereses republicanos de las Provincias Unidas del Río de la Plata, así como para diferentes caudillos locales que inicialmente supieron acompañar aquella anexación en épocas críticas (NAHUM, 1994).

La Guerra Cisplatina (1825 - 1828) se dio en respuesta a la disputa territorial antedicha y cesó con la Convención Preliminar de Paz de 1828. Tras aquel conflicto entablado entre el Imperio del Brasil y las Provincias Unidas del Río de la Plata, se dispuso que:

⁴ Los márgenes orientales del Río de la Plata habían sido de interés a los portugueses desde tiempo atrás, en 1680 fuerzas lusitanas fundaron la fortificación de la *Colônia do Santíssimo Sacramento*, vía de acceso a relevantes tierras interiores del continente tanto mineras como productivas, además de mojón de una avanzada portuguesa en dirección meridional (ALMEIDA, 1957). Hasta 1750, tanto el territorio de la referida *Colônia do Sacramento* como el de un incipiente Montevideo serían objeto de intermitente disputa entre los reinos de España y Portugal. El Tratado de Madrid celebrado en 1750, dispuso que Portugal entregaría la *Colônia do Sacramento* a España, a cambio del territorio correspondiente a los Siete Pueblos de las Misiones (ibid.).

Sua Majestade o Imperador do Brasil declara a provincia de Montevideu, chamada hoje cisplatina, separada do territorio do Império do Brasil, para que possa constituir-se em Estado livre e independente de toda e qualquer nação, debaixo da forma de governo que julgar mais conveniente a seus interesses, necessidades e recursos (TRATADO DO RIO DE JANEIRO, 1828).

Un nuevo Estado, hoy conocido como República Oriental del Uruguay, surgía en aquel momento histórico (BARCELÓ, 2021). No obstante, las relaciones establecidas entre la nueva República y su vecino Imperio no se desvanecieron tras ese acuerdo, los lazos socioeconómicos hasta entonces forjados remitieron a una frontera abierta durante décadas posteriores (RECKZIEGEL, 2015). Asimismo, épocas de contorsiones políticas a un lado y otro de aquellas difusas fronteras, condujeron a alianzas y articulaciones entre unos y otros bandos, en paralelo a una labor diplomática en diálogo con la centralidad imperial (op. cit.).

En aquellos tiempos, aún en la década de 1830 inmediata a la división de la Provincia Cisplatina de Brasil, desde la Bahía de Maldonado que hoy compone la costa de la ciudad denominada a la fecha como Punta del Este, se transportaban cueros y aceite de lobo a Santos y Río de Janeiro a través de embarcaciones que volvían “cargadas de fariña, café, almidón y caña” (GATTÁS y GIURIA, 1987, p. 25). A fines del siglo XIX la frontera brasileño-uruguayo que se torna hoy principal vía de acceso a Punta del Este, contaba con diligencias que atravesaban desde la brasileña Santa Victoria del Palmar hasta la uruguayo localidad de Rocha, a través de las empresas Victoria y Diligencias Unidas (AZAMBUJA, 1978, p.82). En ese siglo, así como antes y después, sobrados eran los casos de residentes del litoral platense - atlántico de tierras que supieron conocerse como Banda Oriental, entre otras dominaciones, que transitaron entre los actuales Uruguay y Brasil, tal como pone en evidencia María Díaz de Guerra (1974) en su *Diccionario Biográfico de la Ciudad de Maldonado*. Registro de casos tan singulares como el de Francisco Acuña de Figueroa quien tras habitar el poblado litoraneo llegara a refugiarse en la corte portuguesa de Río de Janeiro, durante la turbulenta década de 1810, para en años posteriores de republicanismo ser autor de la letra de los himnos uruguayo y paraguay.

Asimismo, ha de considerar en términos de los lazos originarios del territorio del actual departamento de Maldonado con el vecino Brasil que, en 1763, tras la invasión española de Río Grande por parte del Gobernador y futuro primer Virrey del Río de la Plata, Pedro de Ceballos, se desplaza desde esas latitudes hacia “Maldonado Nuevo” o “Maldonado Chico” (actual ciudad de San Carlos) a poblaciones azorianas de reciente radicación por los portugueses en América. Se tuvo como objetivo impedir su arraigo en dominios asociados a la

colonización del Imperio Portugués, así como poblar el este de la Banda Oriental luego de que aquellos migrantes hubiesen recorrido arduos periplos (DE LA SOTA, 1965). A su vez, poblaciones afrobrasileñas e indígenas también formaron parte de aquel primer núcleo poblacional (MACHADO, 2008), localizado a pocos kilómetros de donde encontraremos inversiones hoteleras brasileñas en el siglo XXI.

Por otro lado, con posterioridad a la Guerra de la Triple Alianza (1865-1870), la fragilidad del Estado Uruguayo frente las fortalezas del Imperio Brasileño condujeron a acordar concesiones en materias de tierras y acceso privilegiado al país, mediante tratados de comercio y navegación tales como el Tratado de la Triple Alianza, que incidieron sobre la soberanía oriental. Hasta que en 1909 la política de “*boa vizinhança*” del Barón de Río Branco propiciara un *Tratado de Rectificación* que hermanaba a la reciente República de Brasil con la República de Uruguay, marco para estrechar lazos diplomáticos y comerciales (CAETANO, 2012).

La historia de estas dos naciones sostiene lazos de profusa movilidad a lo largo del tiempo, especialmente en cuanto respecta al fronterizo Estado de Río Grande del Sur, tal como se ha señalado anteriormente. Entre otras evidencias al respecto, en el libro *Turismo no Rio Grande do Sul: 50 anos de Pioneirismo no Brasil*:

As duas capitais platinas eram a meta preferencial da nossa gente [gaúchos] e o seu banho anual de civilização, pois vivíamos, então [final del siglo XIX, comienzo del siglo XX], quase afastados da Corte e muito mais próximos do Prata, cuja influência fazia-se sentir em nossos usos e costumes. Por obra e graça dessa influência foi que se plantou a semente do turismo no Rio Grande do Sul. Já então o Uruguai se adiantara a todos os países do Continente na exploração turística. Dela fazia importante fonte de renda. A Suíça sul-americana, como era apelidada a vizinha nação, nos dava um exemplo e uma lição. Acordamos com ela e aí reside certamente a razão do pioneirismo do nosso Estado no campo do turismo em relação aos outros Estados da União. Aprendemos cedo com o Uruguai (GOIDANICH, 1993, p. 18).

La cita anterior proveniente de una entre varias publicaciones que indagan sobre la historia del turismo en Brasil, testifica el antecedente que significó Uruguay para la práctica del turismo y el desarrollo e institucionalización de la actividad en Brasil.

En 1940, la revista gaúcha de turismo “*A Gaivota*” narraba “(...) *os empreendimentos e a identidade regional das praias gaúchas, aproximando seus voos dos balneários marítimos do Uruguai, os quais passaram a inspirar fortemente a construção de cidades balneárias do litoral gaúcho*”(SCHOSSLER, 2019, p. 319). Uruguay era tomado como destino de referencia por sus políticas públicas de promoción del turismo, así como por el

emprededurismo de sus primeros inversores en el rubro desde principios de siglo (DA CUNHA et al., 2012). No sólo circularon algunos primeros turistas, que llegaban principalmente por barco desde Brasil, sino que también circulaban ideas a la vez que se instalaba el hábito del veraneo entre gaúchos y uruguayos (SCHOSSLER, 2019).

Poco menos de 160.000 turistas extranjeros visitaron Uruguay en 1936, informa Jacob (2000), para luego agregar que “(...) hacia mediados de la década de 1930, se había consolidado ya una corriente de turismo receptivo (...)” (p. 58). Más de 226.000 fueron los arribos en 1946, a través de un creciente proceso de legitimación del estilo de vida de salud y esparcimiento balneario, agrega. En la década de 1950, “(...) la playa ya estaba incorporada exitosamente a los rasgos de la idiosincrasia nacional: era algo que nos había caído del cielo y que empresas y empresarios acondicionaban para el disfrute de foráneos y nativos” (JACOB, 2000, p. 59). El origen argentino y la sazonalidad estival prevaleció entonces, tendencias aún visualizables a la vez que en lenta aunque sostenida superación desde aspectos como el arribo creciente de brasileños, paraguayos, chilenos, norteamericanos, europeos y otros, durante el verano pero no solamente.

El turismo surge como vector de relaciones internacionales desde larga data, Valeria Lima Guimarães (2013) sostiene que el incremento de los flujos de movilidad turística ha servido como vía para el estrechamiento de relaciones de integración regional. En Brasil, la era Vargas colocó al turismo como medio para la imagen nacional, en tanto vía de reconocimiento y prestigio. Fue entendida esta práctica, además, como promotora de lazos de buena vecindad y también “(...) instrumento de sustentação política e econômica do projeto de construção da «Pan-América» (uma grande área imaginada no plano discursivo como contínua e homogênea)” (p. 193). En las décadas de 1930 a 1940, proliferaron “às iniciativas de aproximação bilateral entre Brasil e Argentina, no sentido de assumir a organização e a liderança do turismo na América do Sul, o que em alguns casos também incluía o Uruguai” (p. 194). Asimismo, Catalano (2021) argumenta en el marco del MERCOSUR como proceso de integración económico, social y cultural, que el turismo posibilita instancias de “estructuración de una dinámica transfronteriza”, siendo esta perspectiva compartida por Szary (2009). En tal sentido, a través de los flujos regionales hacia Buenos Aires, aquel autor concluye la existencia de una “(...) unión desde lo microsociedad y desde las representaciones que los sujetos tienen sobre una unión que excede lo nacional” (CATALANO, 2021, p.99), a través de un reconocimiento que no necesariamente

conduce a una construcción de identidad común pero sí a una circulación de ideas y prácticas resultado de la movilidad.

La difusión conjunta entre los países arriba nombrados, así como la planificación de senderos comunes y otras acciones, fueron intencionadas así como parcialmente concretadas en el último siglo. A modo de ejemplo, el Convenio de Turismo de 1941 involucrando a Brasil, Argentina, Uruguay, Paraguay y Bolivia, firmado durante la Conferencia Regional de los Países del Plata, apostaba a suprimir el pago de impuestos para el ingreso y tránsito de turistas de las naciones nombradas, así como la admisión de cédulas de identidad en lugar de pasaportes (GUIMARÃES, 2013). A partir de esa década las conexiones por agua, cielo y tierra irían en aumento. Lo que nos trae al presente, un momento con infraestructuras de comunicación y transporte consolidadas entre Uruguay y Brasil, así como de aproximación estrecha entre ambos países que identifican en Punta del Este un lugar de encuentro, de confluencia y de proyecciones mutuas. En tal sentido, tiene como cometido ahondar esta tesis que trasciende la centralidad dada a Argentina al indagar sobre la relaciones regionales uruguayas, así como especialmente sus dinámicas turísticas, para profundizar sobre el crecimiento de los intercambios con Brasil. Ello, a través de imágenes proyectadas desde Uruguay.

Si acaso para Brasil, desde la década de 1930 Río de Janeiro apeló a consagrarse como imagen metonímica del país, especialmente su costera Zona Sur (O'DONNELL, 2013). Es decir, a través de las élites económicas y de poder intentó ser proyección síntesis de los atributos de la brasilidad (GOTARDO, 2016). La confusión de atributos cariocas con aquellos brasileños continúa vigente (FREITAS; LINS; SANTOS, 2013), para el caso uruguayo las correspondencias entre la centralidad montevideana y la imagen nacional puede remitir a operaciones simbólicas semejantes. El lugar ocupado por Punta del Este como centralidad concomitante, lleva a interrogantes sobre cuánto simboliza del país desde sus atributos particulares, así como en base a su amplia resonancia para el contexto regional y global. En esta tesis, tales simbiosis entre representaciones nacionales y locales serán indagadas, en el marco de un estrechamiento de relaciones a través de dos países fronterizos:

Esta “buena vecindad”[entre Uruguay y Brasil] ha sido clara durante el “período batllista” (1904-1933), el retorno a la democracia (1973-1958/1964-1985), y en la década del noventa con la firma del Tratado de Asunción (1991) que dio origen al MERCOSUR. Sin embargo, con los gobiernos progresistas de Luis Inácio Lula da Silva (2003-2010) y Dilma Rousseff en Brasil (2011-2014), y Tabaré Vázquez (2005-2010) y José Mujica (2010-2015) en Uruguay, las relaciones

bilaterales han experimentado una renovación en la cooperación y una diversificación de agenda. (ALVARIZA ALLENDE, 2015, p. 24)

—

El análisis de un medio de prensa como *Folha de São Paulo* situado en el corazón de Brasil, específicamente en su centro comercial y poblacional, a la vez que emisor de imágenes que trascienden la región fronteriza del extremo sur del país, resulta en justificación de su selección para un período en el que Brasil acentúa sus lazos socioeconómicos con Uruguay. Lo cual será estudiado en adelante, considerando el influjo de otras referencias mediáticas que servirán de contrapeso, entre otros insumos de indagación.

1.2.2. Origen y desarrollo del proyecto

La presente tesis surge, en gran medida, como consecuencia de la disertación *La elección de La Paloma: migraciones y proyectos en la costa este uruguaya*, defendida en el año 2018 a través del Programa de Posgraduación en Antropología de la Universidad Federal Fluminense. Ésta dio curso a interrogantes latentes sobre las transformaciones recientes en la Región Este del Uruguay, objeto de flujos turísticos y migratorios en ascenso. Interés incipiente desde momentos anteriores, a través de experiencias de vida y socialización transitadas en la referida área territorial, especialmente en la jurisdicción del departamento de Maldonado en la que se localiza el aglomerado urbano San Carlos-Maldonado-Punta del Este. Incidió además, en gran medida, la influencia de actividades de investigación, enseñanza y extensión desarrolladas en el Centro Universitario Regional del Este de la Universidad de la República entre los años 2014 y 2016. Asimismo, la relación con el Brasil puesta en evidencia desde esta tesis está marcada por las instancias académicas antes referidas, así como también por una estancia de intercambio en la Universidad de San Pablo en el segundo semestre de 2013 y posterior cursada del Programa de Doctorado a partir de 2019, totalizando más de cuatro años de residencia en el país nortero al Uruguay.

Investigar Punta del Este en el marco de un Programa de Posgraduación de Integración de América Latina, surge como una vía de indagar al referido destino en base a las relaciones desde el Cono Sur entre Uruguay y Brasil en tiempos de incesantes movilidades de personas, objetos e información. Investigar sobre cómo se narra, se define, se imagina a Punta del Este así como sus lazos con Uruguay, a su vez permite conocer cómo los desplazamientos que el

turismo promueve remiten a significaciones que permiten no sólo conocer a los lugares de origen sino que también a los de destino. Las imágenes a ser indagadas contribuyen a acompañar procesos de relacionamiento internacional, forjados entre los países mencionados en el contexto sudamericano y latinoamericano.

Esta tesis incorpora las orientaciones surgidas del intercambio de tutoría sostenido entre 2019 y 2022 con el Dr. Edgard Monforte Merlo, así como también los aportes vertidos en la evaluación intermedia del Doctorado, realizada en diciembre de 2020 junto al recién mencionado profesor orientador, al Dr. Javier Vázquez D'Elía y el Dr. Amaury Patrick Gremaud. El diálogo en aula durante 2019 con los docentes antes mencionados de la Universidad de San Pablo, así como también con el Dr. Renato Seixas, la Dra. Margarida Nepomuceno y el Dr. Bernardo Ricupero, entre otros, han sido a su vez de significativo aporte.

A partir de 2020, el proceso de investigación se vio nutrido por un retorno a Uruguay que promovió interlocuciones con investigadores y conocedores de la Región Este del Uruguay, especialmente interesados en el departamento de Maldonado donde se localiza Punta del Este, en su mayoría residentes o asiduos visitantes. Algunos de ellos han sido: Yvette Trochón, Rossana Campodónico, Verónica Filardo, Leonardo Altmann, Victoria Lembro, Leticia D'Ambrosio, Eliane Gerber, Mariana Cabrera, Analía Correa, Irene Gonçalves, Gabriela Campodónico, Gabriela Angelo, Facundo Bianchi, Mariciana Zorzi, María José Alonsopérez, Laura Brum, Analía Cola, Daniel Delgado, Juan Antonio Varese, entre otros. Un frecuente intercambio con ellos ha sido posible a través del desempeño de actividades de docencia en el Centro Universitario Regional Este de la Universidad de la República, así como de la integración del Instituto María Díaz de Guerra, ámbito de promoción cultural e investigación del departamento de Maldonado.

Por último, cabe agregar que una investigación de estas características difícilmente sería posible sin el acumulado de indagaciones académicas anteriores, referidas al Uruguay como país de turismo y a Punta del Este como centralidad del mismo. Sus imágenes, formas y trayectos interesaron sobremanera a las investigadoras Nelly da Cunha, Rossana Campodónico, Yvette Trochón, Leticia D'Ambrosio, Verónica Filardo, Joana Schossler, Gabriela Campodónico, Eleonora Leicht, entre otras académicas. Tampoco ha de olvidarse el interés por las interrelaciones entre Uruguay y su costa, demostrados especialmente por

autores como Raúl Jacob, Antonio Lezama, Juan Antonio Varese, Daniel Vidart y Leonardo Altmann, entre otros investigadores. A su vez, un conocimiento pormenorizado del departamento de Maldonado y su región, sería inaccesible sin los sostenidos esfuerzos de historiadores locales como María Díaz de Guerra, Florencia Fajardo de Terán, Carlos Seijo, Francisco Mazzoni, Fernando Cairo, Fernando Capurro y Alfredo Chiossi Savoia, entre otros nombres. Las aproximaciones documentales de Mercedes Gattás, Blanca Giuria, Juan Ignacio Risso, entre diferentes fuentes afines tales como el Banco de Historias Locales de Maldonado, resultan en igual sentido de valioso aporte.

1.2.3. ¿Por qué investigar las imágenes de Punta del Este y su incidencia en las imágenes de Uruguay?

Las imágenes proyectadas por un destino, inciden en la elección del mismo y lo tornan competitivo, a la vez que lo transforman (DINNIE, 2008; CALVENTO & COLOMBO, 2009, CAMPRUBÍ et al., 2014). En un escenario global de incesantes mensajes y crecientes movibilidades, para una América Latina cada vez más interconectada, esta propuesta de investigación surge como una vía dirigida a ahondar sobre la integración regional a través de las imágenes de un destino uruguayo de alta incidencia en la proyección del país. A través de las repercusiones de Punta del Este sobre Brasil, al momento del destino ser identificado e imaginado, se sitúa esta investigación.

Para Urry (2001), la mirada se construye mediante signos, a los cuáles la actividad turística reúne promoviendo experiencias - así como la imaginación de las mismas - que alejan de lo cotidiano y en las cuales, por ejemplo, se encuentran señales de lo sofisticado, lo disfrutable, lo nacional. La imagen proyectada representa una figuración producida socialmente y situada en el tiempo (MORGAN & PRITCHARD, 2001), responde a atributos tangibles e intangibles asociables a un objeto, persona o lugar. Al decir de MacCannell (2003), la experiencia turística consiste en una relación cultural asociada a un entorno geográfico, enrabada en modos de vida, un ambiente social y natural, los cuales se sintetizan en una imagen, la cual aún en sus contradicciones y ambigüedades, distingue un destino de otro y orienta la elección de sus visitantes. Una imagen condensa “(...) la representación mental de las creencias, los sentimientos y la impresión global del individuo sobre un destino turístico.” (BALOGLU y MCCLEARY, 1999).

Tanto acuerdos como tensiones de significados atraviesan estrategias discursivas e imagéticas, en diálogo con intereses y disposiciones de mediadores de los mismos tales como la prensa, las agencias de viajes, los promotores de turismo, los propios turistas, entre otros. El análisis de estas fuentes aporta a la comprensión de las transformaciones de un destino como Punta del Este, a partir de su inserción en la región latinoamericana más allá de la dependencia del turismo receptivo argentino (BRIDA et al., 2020). En un contexto de intensificación de relaciones económicas y turísticas con Brasil, tal como se ha argumentado anteriormente desde diversas fuentes (ALTMARK et al, 2012; BITTENCOURT et al., 2019; BRANDALISE, 2011; BIZZOZERO, 2009; OLIVEIRA MALDONADO, 2021). Ahondar sobre las imágenes de una ciudad estratégica para el Uruguay de las últimas décadas (RENFREW, 2004), espera contribuir a la comprensión del destino Punta del Este y del Uruguay a través de su incidencia mutua, en un análisis situado desde Brasil. Ello, en el entendido de que las movilidades contemporáneas transforman a las ciudades a la vez que estas a las naciones, en un continuo proceso de reconfiguración (URRY et al., 2016).

1.3. Referencial teórico - contextual

(...) Le territoire maritime comme un laboratoire d'expérimentations urbanistiques, architectoniques, typologiques et stylistiques, où l'environnement se développe simultanément à la modernisation des grandes villes (Toulier, 2016). (...) En Uruguay, les investissements réalisés par le gouvernement fédéral dans les structures et services qui favorisent le tourisme des hôtels, des restaurants et des espaces publics modernisés ont joué un rôle fondamental dans la construction de l'image du pays en tant que destination touristique (Campodónico, 2015). Cet ensemble de politiques s'est surtout affirmé à partir des années 1930, marquées par la création en 1933 du Conseil National du Tourisme qui a tenté d'associer les beautés naturelles du pays, au premier titre desquelles ses plages, à son identité nationale et à son image de marque (Schosler, 2019) (...) (SCHOSSLER & TOULIER, 2020, p. 2).

Las movilidades de prácticas, estilos, imágenes, discursos, representaciones atraviesan los territorios balnearios y las vidas que por allí transitan. Un modelo de urbanización surgido en Europa que se globaliza y torna un ecléctico laboratorio de experimentaciones urbanas y sociales, resulta de incidencia en la construcción de imágenes de país tal cual se torna patente en Uruguay, donde el turismo se desarrolla con ahínco entre agentes públicos y privados desde principios del siglo XX.

Una de las mayores referencias en los estudios sobre sociedades balnearias, Bernanrd Toulier, junto a su discípula *gaúcha*, Joana Schosler, así lo ponen de manifiesto, mientras historizan

una invención europea en su viaje a las Américas, en la confluencia que él como francés y ella como brasileña indagan en conjunto a través del caso uruguayo:

Au fil du temps, les politiques touristiques consolident l'Uruguay en tant que pays balnéaire et moderne, qui attire des touristes venus de toute l'Amérique latine pour profiter de ses stations. Son urbanisation et sa réputation de pays balnéaire retiennent également l'attention des dirigeants des pays voisins, qui considèrent l'Uruguay comme un exemple à suivre pour l'ensemble des côtes de l'Atlantique Sud (SCHOSSLER & TOULIER, 2020., p. 3).

Las imágenes y discursos en torno a los balnearios forman parte de desplazamientos simbólicos y materiales, en torno a lo cual indaga esta tesis y en línea con lo ejemplificado por las voces de los antes citados autores.

1.3.1. Imágenes, miradas y discursos en proyección: construcciones al este del Uruguay

Si se realiza un análisis histórico de esta imagen [de Punta del Este] se puede constatar como partiendo de una imagen de calma, calidad, excelencia, un ambiente para pocos, se convierte con el paso del tiempo en una imagen que mantiene la esencia de un producto típico de sol y playa pero ahora como una gran ciudad balnearia, con una especialización elitista que sin embargo ha dejado lugar a un turismo no tan excluyente de clase media. Este cambio relativo se ha logrado modificando el paisaje, la arquitectura con altos edificios, con vida nocturna de ampliado espectro, un puerto remodelado, mejores instalaciones hoteleras, mayor oferta gastronómica y varios casinos. Esta es la imagen que en la actualidad el potencial turista puede observar en cualquier medio televisivo, folletos, posters o en medios electrónicos (CAMPODÓNICO y DA CUNHA, 2009, p. 61).

El epígrafe precedente refiere a imágenes que de forma general desde mediados de siglo XX se han extendido sobre Punta del Este, esta investigación se propone revisar los mismos a partir de los matices que puedan connotar expresiones brasileñas del destino. La circulación acelerada de personas, bienes e información, tal como evidenciaron hace algunas décadas Lash y Urry (1998), siendo pioneros de los estudios sobre la globalización, sustentan la necesidad de un continuo auscultamiento. Las ciudades y los países integran repertorios tangibles e intangibles cada vez más vastos, ante lo cual la diferenciación tanto como la caracterización de unos y otros se torna un aspecto de relevancia. En ese contexto, *“the nation itself is being transformed by these mobilities, as is the city”* (URRY et al., 2016, p. 2).

La “movilidad turística” transporta personas así como también transforma los lugares adonde viajan, poniendo en movimiento a esos destinos y promoviendo su “reflexividad turística” (SHELLER y URRY, 2004). En tal sentido *“(…) em certos casos, tornar-se um destino turístico é parte do processo reflexivo por meio do qual sociedades e lugares se “inserem” na ordem global”* (URRY, 2016, p.144). En palabras de Verónica Filardo (2006), *“(…)la*

reflexividad del turismo convoca la noción de la construcción territorial” (p. 198), es decir, se suscita “(...) un proceso en que intervienen imaginarios, metáforas, usos, prácticas, recursos, luchas y estructuras sociales, en una dinámica permanente”(ibid.). Este trabajo de investigación aspira a acompañar imágenes proyectadas a ser identificadas, tanto como explicadas, a la vez que propende a una articulación con contextos en mutación sucesiva que encuentran a un lugar con un país y con otro, entre fronteras difusas que permean el globo.

John Urry (2004) teoriza respecto del ostensible aumento de desplazamientos tanto “corpóreos” mediante la movilidad física, cuanto “virtuales” desde el acceso a inúmeros destinos a través de diversos soportes en su mayoría tecnológicos, a “imaginados”, desde la recreación mental e interior de estos movimientos a lugares ajenos al cotidiano. El autor señala que, a partir del desarrollo de una “mirada del turista” atravesada por procesos que definen aquello que se mira, se provocan consecuencias para los lugares objeto de esta mirada, así como para las personas que observan (ibid.). A mediados de siglo XX, el pionerismo de Inglaterra - desde donde el autor británico escribe - en asegurar el acceso a vacaciones pagas, así como a diversas condiciones para la práctica de las vacaciones gestoras de una nueva sensibilidad, produjeron:

(...) una aceptación generalizada de la idea de que irse de vacaciones era bueno, y que era la base para la recuperación personal. Las vacaciones habían pasado a ser casi una señal de ciudadanía, un derecho al placer. Y en torno a ese derecho una extensa infraestructura se había desarrollado en Gran Bretaña que brindaba servicios especializados, sobre todo en los balnearios. Todos habían adquirido el derecho a los placeres de la "mirada turística" en la playa (URRY, 2004,p. 32).

La mirada del turista que detuviera la atención de un amplio número de británicos sobre su costa, señala Urry (2004), diversificó posteriormente sus objetos de interés hacia otros escenarios de viaje así como las transformaciones en el transporte y comunicación posicionaron otras costas remotas como objeto de movilidad en sus diferentes manifestaciones. Los objetos de contemplación turística han transitado un proceso de diversificación.

La mirada turística contemporánea está cada vez más señalizada. Hay señales que identifican las cosas y lugares dignos de nuestra mirada. Esta señalización identifica un número relativamente pequeño de nudos turísticos. El resultado es que la mayoría de los turistas están concentrados dentro de un área sumamente limitada (URRY, 2004, p. 52).

En tal sentido, el autor sugiere tres dicotomías centrales, por un lado la contemplación “romántica”, la cual valoriza la soledad e intimidad con el objeto de mirada, en contraposición a una mirada “colectiva”, sostenida en valorar aquellos sitios donde otros

están como el lugar hacia el cual desplazarse. Por otra parte, es abordada una contemplación “auténtica” dirigida sobre aquello distante de la mediación de los agentes del turismo y otros asociados en su formulación, contrapuesta a otra “inauténtica” que valora la recreación y los atractivos creados de manera explícita para atraer la atención del turista. A su vez, se observa un foco en una mirada “histórica” puesta sobre lo museístico y patrimonial frente a otra “moderna” atenta a innovaciones, tendencias recientes, reconfiguraciones urbanas, entre otras motivaciones visuales.

Un mismo destino puede ser objeto de miradas de uno u otro tipo, según el área del mismo que se mira o el momento del año en que ello se hace, entre otros aspectos, a pesar de una posible prevalencia de un cierto tipo de mirada. Más allá de uno u otro énfasis, Urry (2004) converge en afirmar que lugares a lo largo y ancho del globo “ (...) se han construido a sí mismos como objetos de contemplación; en otras palabras, no como centros de producción o símbolos de poder sino como locaciones de placer” (p.127). Agradables edificios, parques, museos, posadas, cafés y restaurantes proliferan conectando al turista con el pasado o al paisaje del lugar, con sus locatarios y acciones que han realizado, entre otras asociaciones a distantes pero deseables personas, objetos y prácticas. Tematizar, simular, interpretar o mostrar aquello que allí estaba desde una mayor o menor cotidianidad, forma parte de la mirada del turista. A la vez que objetos de fotografías, filmaciones y otros registros median una “cultura móvil” (ibid.).

Este abordaje sistémico, atiende a discursos y prácticas sociales en influjo con la construcción y diseño de entornos transitables, en el encuentro entre quien contempla y los lugares contemplados. El turismo contemporáneo, propone Urry (2004), es organizado por agentes tales como:

(...) fotógrafos, autores de libros de viaje y guías, concejos locales, expertos en la industria del patrimonio cultural, agentes de viaje, dueños de hotel, diseñadores, operadores de giras turísticas, programas televisivos de viajes, funcionarios de desarrollo del turismo, arquitectos, planificadores, académicos del turismo y así sucesivamente (p. 157).

Ello conduce al objeto de esta investigación, en tanto personas viajan a un destino balneario uruguayo, éste también viaja proyectado a través de imágenes y reminiscencias al ambiente, la cultura y sociedad que evoca, la prensa así como otros vehículos permiten recoger los trazos de tales desplazamientos⁵.

⁵ Hasta aquí, se ha discutido eminentemente a partir de la primera edición de *The tourist gaze*, traducida al español en 2004, tras haber sido publicada en 1990. No obstante, el análisis a ser realizado en esta investigación toma en cuenta las versiones posteriores en una segunda edición ampliada (URRY, 2002) y, especialmente, en la

—

Da Cunha et al. (2012, p. 17) investigan sobre la imagen turística y la definen como “(...) una representación mental y social de las creencias, sentimientos e impresiones de los individuos (turistas y población local) en un proceso de mediana duración”. Este último, transcurre a través de “(...) informaciones que surgen de distintas fuentes que aluden a los componentes tangibles e intangibles de la región o localidad referenciada” (ibid.). En ese escenario Uruguay se proyectó desde mediados a fines del siglo XX, conformando imágenes en las que lo natural con foco en el agua de las playas - inclusive las montevideanas-, así como una pacífica cordialidad - señal de seguridad y receptividad -, reflejando al país desde una construcción institucional y sus espejos mediático. Han sobresalido a su vez particularidades en cada destino como la modernidad y cultura asociada a Montevideo, el cosmopolitismo internacional de Punta del Este, el ecologismo y naturaleza de Rocha; el paisaje costero y el verde de esos tres destinos, también han sido destacados (CAMPODÓNICO et al., 2021). Los atributos patrimoniales de Colonia, así como las aguas termales del litoral norte se tornaron de incidencia durante un paulatino proceso. Estos últimos destinos mencionados, fueron de consolidación lenta y reciente frente a la centralidad de Montevideo y el complemento de la costa este, donde inclusive Piriápolis supo ser un destino dominante que perdería preponderancia fuera de fronteras (ibid.).

El “*olhar estrangeiro*” o “mirada extranjera” sobre el otro (PEIXOTO, 1989, p.3612), surge como un aspecto de peso al estudiar las sociedades contemporáneas. El número de mitos,

tercera edición escrita junto con Jonas Larsen y publicada en 2011 con el título *The tourist gaze 3.0*. Al ampliar la obra original, los autores incorporan diversas críticas realizadas a la obra; a la mirada incorporan el protagonismo de otros sentidos como aspectos configuradores de las dinámicas turísticas, a través del encuentro de las personas en los lugares.

La mirada turística pasa a ser teorizada como incorporada (*embodied*) y performativa, enfatizando los aspectos relacionales de aquellos con quienes se miran y de las propias miradas que también eviten las personas locales visitadas (URRY & LARSEN, 2012). Ya en 2002, Urry había integrado un mayor reconocimiento a la interactividad de la mirada turística, en las diferentes formas del viaje que a través de nuevos dispositivos aumentaban los flujos comunicacionales entre emisores y receptores, mientras que la última revisión (URRY & LARSEN, 2012) profundiza sobre miradas mutuas entre quien llega a mirar y quien allí estaba para ser potencialmente mirado. Resistencias, conciencia de esa mirada y dominio del mirar surgen como elementos a reconocer como puestos en juego.

Por otra parte, la vigilancia tecnológica por motivos de seguridad, económicos y otros integran nuevas ópticas que remiten a un *Big Brother* contemporáneo, según los autores. La huella ecológica del turismo y un sobreconsumo exacerbado preocupan a los autores, la mirada del turista no exhibe el trabajo infraremunerado detrás del lujo de Dubai, señalan, así como tampoco muestra el impacto de sus construcciones, sus aires acondicionados, los vuelos de aviones que llevan al destino más lujoso en uno de los destinos tiempo atrás considerados más inhóspitos (ibid.). ¿Acaso las miradas futuras del turismo serán localizadas, desglobalizadas y desexotizadas?, se preguntan ambos autores.

clichés y estereotipos a nuestro alcance da cuenta de un creciente número de definiciones en juego a la hora de comprender a los otros y a nosotros. Las noticias del extranjero sobre un lugar construyen imágenes fuera de fronteras y son retomadas dentro de fronteras, como espejos que componen el imaginario local y nacional. La autopercepción o autoimagen, se construye en interrelación, entre énfasis múltiples y graduales silenciamientos puestos en juegos. La representación extranjera incorpora autorepresentaciones e incide en las mismas (BURKE, 1995), al igual que la mirada del turista confluye entre aquello con lo que se cuenta para mostrar y lo que el turista quiere ver a ser proyectado para sus ojos (URRY, 2001). A lo largo de la tesis se acompañará un proceso mediante el cual Punta del Este conversa con las miradas de quienes al destino van o aspiran a ir, en su historia pasan “a aparecer otras localidades y puntos de interés” a su interior, así como atractivos adyacentes que “añadían territorios y lugares al imaginario turístico” (CAMPODÓNICO et. al, 2021, p.114). Punta del Este ensancha el territorio a mostrar como propio, así como diferencia actividades, paseos y perfiles de visitantes tanto para las actividades como sitios que propone.

Las imágenes de destino y las imágenes de país, surgen en un escenario en el que adquieren relevancia las percepciones sobre lugares dada una mayor competitividad (DINNIE, 2008; NADEAU et al., 2008). La proyección de una imagen positiva a nivel nacional e internacional vuelve competitivo a un lugar, retroalimentando los recursos disponibles en el mismo (CALVENTO & COLOMBO, 2009). Las imágenes de un lugar o país, remiten a su reputación como destino turístico, residencial y de inversiones (ibid.). Las imágenes proyectadas, aquella condensación simbólica de “(...) las creencias, los sentimientos y la impresión global” (BALOGLU & MCCLEARY, 1999) sobre un área geográfica, están presentes previo al viaje así como en instancias de imaginación de un destino al que no se conoce (GUNN, 1988). Ello desde un proceso dinámico sobre destinos y proyecciones en transformación (ibid.), tal como el que será abordado en esta tesis a través de continuidades y permanencias en torno a imágenes proyectadas desde el este uruguayo.

Por otro lado encontramos las imágenes percibidas, aquellas a las que Phelps (1986) denomina de primarias, formadas por las experiencias del visitante y de los residentes. Los turistas en sus vivencias en terreno las elaboran, en la interacción desde el lugar fuera de su cotidiano en el que se encuentran (MAK, 2017). Mientras que, las imágenes secundarias o proyectadas sobre las que se ha hecho mención resultan anteriores a la visita, delineando a través de agentes gubernamentales, comerciales, mediáticos, culturales u otros a los atributos

y valoraciones a promover (PICAZO & MORENO-GIL, 2017). La permanencia de tales imágenes así como su reproducción y abrangencia, se sostiene en tanto las percepciones tiendan a resultar cercanas y/o se correspondan en gran medida con las proyecciones (ANHOLT, 2010). Es así que un lugar o país es juzgado “(...) *by what they do, not by what they say, as they have always been*” (ANHOLT, 2013). Encontramos allí *soft power* o “la habilidad de obtener lo que quieres a través de la atracción antes que a través de la coerción o de las recompensas” (NYE, 2010, p. 118-119). Las interrogantes de esta investigación contemplan tales premisas, interrogándose desde ellas.

Esta perspectiva territorial es capaz de incidir en los mercados internacionales sobre la elección por productos o servicios de uno u otro origen (ECHEVERRI et al., 2013). Las teorías relacionadas al *place y nation branding* en sus acepciones en inglés, consideran según García et al. (2013), que los territorios “(...) necesitan posicionarse de una manera diferencial y preferente en la mente de los potenciales decisores (PERALBA, 2009) para que, cuando llegue el momento de elegir, éstos tengan claro que la propuesta de valor de un territorio es mejor que la de sus competidores” (p.111). Las imágenes o marcas de países son gerenciadas con la intención de influir de manera favorable sobre las representaciones y discursos asociados a los países que representan, diferenciándolos positivamente al demarcar las singularidades más sugestivas de los mismos como ventajas competitivas (DINNIE, 2008). Adicionalmente, la producción de interés sobre un destino, además de involucrar la promoción de una visión atractiva de éste, al mismo tiempo demanda adaptar cuanto el mismo ofrece a aquello que un determinado público objetivo desea (BIGNAMI, 2002). Tal como se señaló anteriormente, a través de otras fuentes.

Por otra parte, Beerli & Martín (2004) sostienen que la imagen nacional se nutre de estereotipos de una población, además de sus condiciones sociales, políticas y económicas sobresalientes. En un mismo sentido la estampa local reúne atributos a resaltar sobre un lugar, los cuales incorporan elementos previamente ligados al mismo reafirmando o también renovando las asociaciones establecidas. Al respecto, Amâncio (2000) refiere al uso de estereotipos como una forma de organizar la forma de ver al otro, facilitando su identificación, al mismo tiempo que simplificando la complejidad de una alteridad a ser conocida desde concepciones previas preexistentes tanto positivas como negativas. Tales definiciones sobre un lugar, en tanto imágenes, remiten según Anholt (2010) a la reputación de un destino, por lo cual, ha de generarse confianza respecto de cuánto se proyecta y aquello

que luego se encuentra. Esa fiabilidad no sólo remite al deseo de viajar a un lugar o país, sino a invertir o residir. Por ello, esta tesis no solamente indaga respecto de imágenes turísticas, sino de imágenes en circulación en sentido amplio aunque en estrecho diálogo con aquel sector de actividad.

La prensa ocupa el lugar de fuente primordial en esta investigación. Los medios de comunicación surgen como mediadores sociales y productores culturales de sentidos (BENETTI, 2008; MEDINA, 1991), especialmente para un período de convivencia de flujos de información polifónicos como es el final del siglo XX e inicio del XXI. Tales emisores detentan intencionalidades en cuanto comunican, construyendo sentidos comunicativos en base a un receptor al que se direcciona y un emisor que se dirige al mismo, entrando en juego representaciones sociales (MOSCOVICI, 2007) desde procesos de negociación y mediación entre las partes del proceso comunicativo. Los cuales adquieren vigor, en un contexto de aumento del consumo de bienes y también de lugares. Para Canclini (2010, p.60), el consumo es el “(...) conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos”. Ello, “ (...) não como simples cenário de gastos inúteis e impulsos irracionais, mas como espaço que serve para pensar, e no qual se organiza grande parte da racionalidade econômica, sociopolítica e psicológica na sociedade” (CANCLINI, 2010, p.14). En tal sentido, ahondar sobre imágenes persistentes y de alta incidencia a través de un creciente consumo de lugares en tiempos de nuevas movilidades (URRY, 2001), aproxima a las relaciones intersubjetivas e integración entre naciones desde ángulos del cotidiano que inciden no solamente sobre las decisiones de la vida privada, sino también de la pública.

Esta investigación indaga sobre las imágenes proyectadas por Punta del Este, así como también por Uruguay a través de aquel, en un escenario de consumo de lugares a la vez que de profusión de referencias simbólicas. La proyección de tales imágenes incide no solamente en turistas, sino también en inversores, tomadores de decisión y otros. Lo cual persiste no sólo sobre quién evalúa viajar al destino o hacerlo nuevamente, sino sobre quien se depara ante la mención de un país y/o de un lugar a este asociado, o viceversa, incidiendo en la integración, relaciones e identificación de unos y otros.

1.3.2. Visitar Punta del Este, visitar “un país de turismo”

Esa época era el **Punta del Este «de algodón»** (la gente vestía sencillo, calzaba

alpargatas), otra cosa fue cuando empezaron los festivales de cine. Ahí cambió el Punta del Este de algodón por el **Punta del Este «de lentejuelas»**. Ahí hay un cambio de concepto. En esa época «de Algodón» se vivía mucho la tradición inglesa: se jugaba al tenis, se tomaba el té, muy familiar, tranquila, sana y divertida, ... era todo muy natural. Los chicos se iban al Quijote, a San Rafael a las 11 de la noche, no es una crítica a lo actual, pero cuando empieza la otra movida, allí hay un cambio, en la vestimenta, que desde el punto de vista sociológico influye mucho, la comida también, hay un cambio filosófico. De a poquito empieza a surgir la comida más sofisticada, empiezan a haber platos de pescado más elaborados... Cambios lentos que se notan (entrevista a GATTÁS apud ZORZI & CAMPODÓNICO, 2019, p. 243).

Aquella década de 1950 significó un salto, consistió en una época de proyección internacional sin precedentes, a través de experiencias como el Festival de Cine de Punta del Este cuya financiación contó con aportes gubernamentales, además de la persistencia de empresarios privados como Mauricio Litman:

El Estado terminó por asumir prácticamente todas las funciones: fue constructor de caminos y de vías férreas, promotor, hotelero, prestamista, transportista, regulador, explotador de juegos de azar, guardián de la calidad de vida, aguatero, iluminador. De todas formas, el espacio estatal estaba llamado a convivir con el espacio privado (JACOB, 2000, p. 60).

A través del rentable binomio casino y hotel, el turismo era percibido como relevante para el desarrollo del país a través de los réditos en que resultaba. La península puntaesteña se expandía hacia sus alrededores. “El turismo abandonaría la península en busca del silencio y la soledad de los bosques” (JACOB, 2000, p.357). A partir de la década de 1930, San Rafael y Pine Beach, así como Pinares en 1918, surgían como primeros corrimientos hacia lo inhabitado. El Rincón de los Píriz, en el entorno de La Barra, asomaba entonces como lugar de veraneo de poblaciones locales cercanas.

Multifacéticas y móviles se muestran las imágenes de Punta del Este a través de su historia, aunque siempre atravesadas por un cierto afán de status y distinción. Trochón (2017), remitiéndose a la década de 1970, señala que “(...) a lo largo y ancho de Uruguay se difundió la idea de que Punta del Este constituía un país aparte, un nuevo paraíso donde existían residencias estilo Hollywood, sueldos fabulosos y el mejor nivel de vida de toda América del Sur” (p. 268). Además, la historiadora recorre las últimas décadas del siglo XX argumentando que “(...) veranear en Punta del Este fue considerado símbolo de estatus social: solo mostrarse, deambular por sus calles, frecuentar sus playas y lugares de moda confería un prestigio particular” (ibid., p. 421). Se insiste en Punta del Este como “lugar distinguido y «chic»” (ibid.). Un empresario entrevistado por Campodónico et al. (2014) inclusive apunta a

que “(...) Punta del Este es un destino europeo en América del Sur”, desde una narrativa habitual en torno al destino.

—

Al tiempo que un imaginario igualitario y “de excepción” se afianzó sobre Uruguay respecto de su región a partir de inicios del siglo XX (CAETANO y AROCENA, 2014), dada la conquista de derechos civiles de la población y niveles de desigualdad moderados, en paralelo se fomentó una visión de “país turístico” centrada en el *turismo elitizado* “de sol y playa”, a raíz de los atractivos balnearios de Montevideo hasta la década de 1930 y, en seguida, los de balnearios más agrestes como Punta del Este o Piriápolis (CAMPODÓNICO e DA CUNHA, 2005; DA CUNHA et al., 2012). La práctica del turismo mostró a Uruguay, especialmente en el Cono Sur ante argentinos y brasileños del sur del país, delineando formas de conocerlo que resultan particulares de la actividad turística.

La noción de igualdad, pasó a evocar en Uruguay una “(...) clave de su identidad hace más de un siglo” (CAETANO y AROCENA, 2014, p.93). Aunque “(...) no todas las manifestaciones de tal cultura son explicables en términos del ideal igualitario” (PEREIRA, 2017, p. 40), este ideal orienta prácticas y valores de los uruguayos como “ethos igualitario” que atraviesa “(...) reconfiguraciones, ajustes y expansiones” (ibid.). Se aprecia una modelización, a luz de un ideal de clases medias, que sirve de punto de referencia, en tanto “(...) os valores, práticas e gostos das classes médias constituem o padrão socialmente “aceito” de ser uruguaio”, según argumenta Radakovich (2011, p.260) en confluencia con investigadores antes citados.

Mientras se destinaban esfuerzos desde la política pública que generaron las condiciones de un *país de proximidades*, como antes se señaló, el fomento a la práctica del turismo fue también una inquietud constante, en paralelo, especialmente tras ser reconocida como una poderosa fuente económica⁶. Una consecuencia de ello puede ser verificada en la creación de la Comisión Nacional de Turismo (1933) que décadas más tarde se tornaría la Dirección Nacional de Turismo⁷ (1967). Diaz Pellicer (2012) argumenta que el surgimiento de estos

⁶ El fomento del turismo receptivo, en otras palabras el apoyo a la llegada de turistas extranjeros (principalmente argentinos), temprano fue reconocido como un medio económico promisorio y se crearon iniciativas de estímulo a esos flujos por parte de la Comisión Nacional de Turismo. Una década antes de su creación, Brasil fue testigo del surgimiento de la Sociedade Brasileira de Turismo (1923) y presencié vigorosos intentos de “(...) organização do turismo como um “negócio” moderno” na cidade de Rio de Janeiro, almejando turistas internacionais” (FREIRE-MEDEIROS & CASTRO, 2013, p.16).

⁷ En la órbita del Ministerio de Transporte, Comunicaciones y Turismo, antes Ministerio de Transporte y Comunicaciones.

organismos en períodos críticos para la estabilidad socioeconómica del país, representaron el reconocimiento del turismo como una valiosa alternativa ante los entonces afectados sectores tradicionales de la economía uruguaya (agropecuaria e industria).

Al conmemorarse un año del retorno democrático, en 1986, fue creado el Ministerio de Turismo (MINTUR). Posteriormente, en 2003, este Ministerio impulsa la marca turística *Uruguay Natural* para atraer visitantes. La misma, a partir de 2014 pasó a ser conceptualizada como *marca país* a fin de influir no sólo en el posicionamiento del país como opción turística dentro y fuera de fronteras sino también en término de inversiones, exportaciones, residencias (URUGUAY XXI, 2018). Su administración se delega a la Agencia Uruguay XXI, en estrecha relación con el MINTUR y Presidencia.

Quintana (2016) sostiene que, al momento de la creación de aquel primer Ministerio “(...) el gobierno asume fundamentalmente el rol de planificación (indicativa) y de canalizador de los flujos turísticos hacia las zonas de menor grado de desarrollo” (p. 735). Mientras que, la década de 1990 trae aparejado un nuevo enfoque de política turística a través del “(...) estímulo a la actividad turística, fundamentalmente a la generación de oferta turística generada por el sector privado” (p. 735). El Estado se vuelve garante y, además, promotor turístico liderando las actividades de publicidad dentro y fuera del país (QUINTANA, 2016). Finalmente, luego de 2005, “(...) el gobierno asume el rol de coordinación entre agentes e intereses diversos y de catalizador del potencial turístico del conjunto del país” (p. 735).

“El sector turístico se ha constituido en un sector clave en la economía uruguaya, tanto por su importancia en la generación de valor agregado, en la creación de empleo y divisas” (BRIDA et al., 2008, p. 483). En 2018, el número de turistas que visitaron Uruguay fue de 3,7 millones de personas⁸, siendo que el país cuenta con una población de 3,3 millones de habitantes (URUGUAY NATURAL, 2019). El turismo involucra, actualmente, un 7% de la participación del Producto Interno Bruto (PIB) (URUGUAY NATURAL, 2017). El “*veraneo*” marcó progresivamente, desde finales de siglo XIX, la llegada de turistas al Uruguay, provocando una jamás contornada sazonalidad estival, así como demostrando una

⁸ Mientras que el año siguiente (2019) fuera de 3,2 millones y el anterior (2017) de 3,6 millones (URUGUAY NATURAL, 2017; 2019).

fuerte dependencia de Argentina como país emisor⁹ y una constante caracterización de sus flujos como elitistas (CAMPODÓNICO & DA CUNHA, 2005; DA CUNHA et al., 2012).

—

Uruguay ha conquistado un consagrado interés en modalidades de “turismo elitizado”, según indican Silva y Gelabert (2011) a partir de un reciente estudio del caso uruguayo. Las autoras se refieren a la captación de un “segmento de lujo” en relación a los países vecinos, sostenido desde la paulatina consagración del país como “destino turístico emergente” fuera de la región (ibid.). Innegablemente, Punta del Este y su zona de influencia en la costa del departamento de Maldonado¹⁰, se ha destacado como objeto de deseo para turistas de alto poder adquisitivo, aproximándose a la expresión de *turismo de lujo*. Aunque se hayan ampliado, progresivamente, los perfiles socioeconómicos de sus visitantes, PdE aún conserva su atmósfera de exclusividad y prestigio. Residencias, hoteles, tiendas y restaurantes de “alta categoría” se demuestran privativos, raros y de calidad, remitiendo a dosis de suntuosidad y sofisticación tales como las que Twitchell (2002) señala para pensar los segmentos de lujo.

Por último, en relación a las discusiones antes desarrolladas, corresponde agregar que Punta del Este fue popularizado como “capital turística” uruguaya a partir de 1930, calificación que hizo eco en la prensa y en ámbitos de gobierno (DA CUNHA et al., 2012). Esa denominación reafirma su significación actualmente, por medio del reconocimiento del balneario como “buque insignia” nacional por parte de autoridades del Ministerio de Turismo en los últimos años (CAMPODÓNICO et al., 2014). *Punta* fue progresivamente erigida como destino representativo de cuanto involucra la práctica del turismo en Uruguay. Campodónico et al. (2014) categorizan a este destino como “centralidad” (p. 3), en relación a las esferas políticas, sociales, económicas y culturales que involucran a la industria turística uruguaya. La centralidad turística del *glamour puntaesteño* sobresale en un escenario nacional que invita a pensar em contraste¹¹. El ánimo igualitario de la excepción latinoamericana a la que Uruguay

⁹ En 2017, un 71,8% de los turistas extranjeros llegaron de Argentina y 14,2% de ellos lo hicieron desde Brasil, seguidos por un 4,2% de europeos, 2,7% de norteamericanos, 1,8% de chilenos, 1,4% de paraguayos, 3% de otros países do continente americano, y 1% de otras procedencias (URUGUAY NATURAL, 2017).

¹⁰ Donde también se localiza José Ignacio,“(…) pueblo de pocos pero pudientes” (TROCHÓN, p. 365). Para otras referencias, una “(…)fishing village where Latin America's extremely wealthy pitch up in private mansions every January”, según *ranking* 10 razones para visitar Uruguay de CNN (2017).

¹¹ Una nota del periódico uruguayo *El Observador* citada por Campodónico e Da Cunha (2009), define a Punta del Este como “una ciudad tonta-snob-rica-frívola-sexy-mundana-noctámbula-timbera, habitada por ricos y famosos” (p. 619), a lo cual agregan las autoras que “(…) esta especie de caricatura señala elementos que identifican a Punta del Este y que han perdurado a través de los años” (ibid.).

podría remitir, tropieza en la excepcional Punta del Este y/o confirma la complejidad de un territorio y sus engranajes.

Rossana Campodónico y Gabriela Ángelo (2019), sostienen que a lo largo de la segunda mitad del siglo XX, múltiples acciones gubernamentales “(...) buscaron deliberadamente privilegiar al balneario sobre los demás, posibilitando la transformación del destino en un territorio mayor, que no corresponde estrictamente con los límites jurisdiccionales de PdE”(p. 102), desarrollándose a su vez asociaciones a su imagen en entornos linderos, desde procesos que sedimentaron la construcción país turístico para el cual el balneario se tornó vertebrador. No sólo tal postura resulta constatable en la esfera de la gestión gubernamental, sino que también se torna habitual en proyecciones de agentes particulares desde promotores turísticos a inclusive medios de prensa, sobre un Punta del Este que deviene cuánto lo integra y está a su alrededor. Por momentos, es sinónimo de José Ignacio, La Barra o Garzón, por otros se diferencia sin dejar de acumular protagonismos. Múltiples asociaciones a su composición y significados son incorporadas y reproducidas en una escala micro del cotidiano local, así como macro de la promoción externa del mismo.

Entre significaciones pendulares sobre el sosiego y retiro que el destino PdE provee, frente al hedonismo y ostentación que allí se encuentra, se da una constante en la imagen de Punta del Este (CAMPODÓNICO & ÁNGELO, 2019). Lugar en el cual se puede transitar entre una activa vida social día y noche, a una despreocupada rutina de sol y playa en familia. La imagen amplia de Punta del Este se muestra compleja, lo cual al decir de Anholt (2010) posibilita que cada potencial turista encuentre uno u otro atractivo para desplazarse. Al respecto de esa complejidad ahondará esta tesis, desde miradas brasileñas.

1.4. Objetivos, preguntas y metodología

En continuación a lo antes desarrollado, a continuación serán introducidos los objetivos, preguntas y metodología de esta investigación.

1.4.1. Objetivos y preguntas de investigación

El objetivo general de esta tesis consiste en identificar las imágenes proyectadas respecto de Punta del Este a través del periódico *Folha de São Paulo* entre los años 1997 y 2020, entre

otras fuentes complementarias, considerando la influencia de las imágenes de Uruguay sobre aquellas. Ello, a fin de comprender el proceso de construcción simbólica del destino turístico en un contexto de intensificación de las relaciones de integración entre Brasil y Uruguay, así como de expansión internacional del destino Punta del Este.

En tal sentido, se enmarca la pregunta: ¿Cuáles imágenes ha proyectado para públicos brasileños el destino Punta del Este durante el período 1997 - 2020, desde su relación con la imagen de Uruguay, a través tanto de las continuidades así como cambios de las mismas en *Folha de São Paulo* y otras fuentes mediáticas puestas en diálogo?

Orientan esta investigación los siguientes objetivos específicos:

- a) Identificar atributos, impresiones y valoraciones sobre Punta del Este en sus continuidades y transformaciones, consistencias e inconsistencias, para el período y soportes seleccionados.

¿Qué imágenes orientan la mirada turística en torno al destino turístico Punta del Este, a lo largo del recorte temporal de estudio? ¿Por parte de quiénes (emisores: columnistas, enviados especiales, redacción, etc.) y en cuáles ubicaciones (secciones, extensión, etc.)? ¿En cuáles contextos situacionales (eventos, lanzamientos, inauguraciones, incidentes, etc.)? ¿A través de divergencias y/o convergencias en las proyecciones a observar, considerando la heterogeneidad y multifacetismo del lugar? .

- b) Explicar las formas en que las imágenes de Uruguay son asociadas a las del destino Punta del Este, para el período temporal establecido y las fuentes brasileñas de proyección seleccionadas.

¿Cómo son integradas las imágenes de Uruguay a aquellas de Punta del Este, así como viceversa? ¿De qué manera las transformaciones transitadas por las imágenes de uno y otro, en su esperado dinamismo, inciden mutuamente? En tal sentido, se ahondará sobre las aproximaciones y distanciamientos imagéticos-discursivos establecidos entre ambos según las fuentes analizadas, así como el contexto de su divulgación. Serán estudiados tanto acentos como omisiones en los repertorios simbólicos de esa relación, además de complementariedades y contrastes a ser explorados.

- c) Contextualizar el análisis anterior a través de diálogos a ser entablados con otras fuentes de prensa extranjeras, particularmente Zero Hora y La Nación, a fin de situar las indagaciones a ser realizadas a lo largo de esta investigación.

¿Qué imágenes sobresalen en el discurso de otros medios de prensa dominantes de Río Grande do Sul y Buenos Aires? ¿Cuáles proximidades y lejanías denotan las múltiples miradas en torno Punta del Este y Uruguay editadas desde Sao Paulo, Porto Alegre y Buenos Aires por las redacciones de los periódicos antes nombrados? A pesar de la heterogeneidad de ópticas involucradas, ¿qué relaciones evocan estos medios respecto de sus sociedades de origen para con el lugar y , desde allí, el país objeto de indagación?

1.4.2. Metodología

Esta investigación se dirige a indagar las imágenes que es capaz de reunir un diario de tiraje central anclado en la centralidad del sudeste de Brasil, además de fuentes complementarias. Lo cual se realiza para un contexto de fortalecimiento no sólo del turismo emisor hacia Uruguay sino de profusión de las relaciones bilaterales entre ambos países, al mismo tiempo de una consolidación de la infraestructura puntaesteña y de expansión de sus imágenes fuera del país. El valor simbólico de tales proyecciones, es analizado desde efectos materiales concretos de aproximación en materia de integración regional. A continuación se ahonda sobre la metodología de trabajo para el análisis de documentos, en base a un recorte abarcable para tales fines a la vez que adecuado a un contexto de pandemia en el cual se desarrolla el período de trabajo de campo de esta investigación.

1.4.2.1. Análisis de contenido

El análisis de contenido consiste en un método aplicable tanto a la investigación cualitativa como cuantitativa, así como a ambas a través de una triangulación en el proceso de investigación, tal como proponen Bardin (1995) y Krippendorff (1990). Ambos, principales referentes metodológicos del análisis de contenidos, resultan convergentes en sus enfoques de trabajo. En tal sentido, para Laurence Bardin, el análisis de contenido consiste en:

(...) um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando a obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou

não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (1995, p. 47).

Jost Krippendorff (1990, p.28), conceptualiza al análisis de contenido como una “(...) técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto”. A través del análisis de fuentes tales como medios de prensa escrita u otros, se realiza un análisis para el cual el “contexto” sirve de marco de referencias para los procesos comunicativos a estudiar, indagando mensajes y significados en un espacio/tiempo en el que se sitúa la información abordada. Las significaciones inferibles en los datos a estudiar, ya sean latentes o profundas, forman parte de esta metodología que explora éstas en base a una u otra perspectiva de análisis¹². Se reconoce la ausencia de un significado e interpretación unívoca.

Por un lado, en clave cualitativa es posible indagar sobre la presencia o ausencia de características y contenidos en los textos analizados (temas recurrentes, adjetivaciones consideradas, asociaciones entre unos u otros asuntos) en base a un contexto y una perspectiva de análisis específica. Por otro lado, desde un abordaje cuantitativo se torna posible relevar la frecuencia con la que surgen ciertas características como las antes señaladas (sustantivaciones, adjetivaciones, relaciones entre lugares, etc.), así como su dispersión y concentración en uno u otro soporte.

“Every researcher must become proficient in defining the terms of an analysis and justifying the analytical steps taken to a skeptical friend or questioning colleague” (KRIPPENDORFF, 2004, p. xxi), garantizando la reproductibilidad de la investigación desarrollada y de sus resultados. El análisis a realizar implica desafíos en tal sentido, tales como la reconstrucción del contexto en el que se producen y reciben los mensajes estudiados. “Para que cualquier inferencia a partir de los datos esté justificada, es esencial contar con algún conocimiento riguroso, alguna prueba empírica sobre las conexiones entre éstos y lo que se ha de inferir de ellos” (KRIPPENDORFF, 1990, p. 259). El proceso analítico, demanda supuestos sobre el

¹² “(...) los mensajes no tienen un único significado que necesite “desplegarse”. Siempre será posible contemplar los datos desde múltiples perspectivas, en especial si son de naturaleza simbólica. En cualquier mensaje escrito se pueden computar letras, palabras u oraciones; pueden categorizarse las frases, describir la estructura lógica de las expresiones, verificar las asociaciones, denotaciones, connotaciones o fuerzas ilocutivas; y también pueden formularse interpretaciones psiquiátricas, sociológicas o políticas. Todas estas cosas pueden poseer validez de forma simultánea. En suma, un mensaje es capaz de transmitir una multiplicidad de contenidos incluso a un único receptor. En estas circunstancias, la pretensión de haber analizado el contenido de la comunicación trasluce una posición insostenible” (KRIPPENDORFF, 1990, p, 30).

contexto de los datos que deben justificarse según el conocimiento del momento y lugar (p. 260).

Algunas distinciones de este abordaje metodológico son las siguientes. “El análisis de contenidos no es una técnica intromisiva” (p. 40), carece del sesgo de percibirse observado que puede incidir sobre el material estudiando, fortaleciendo de esta forma la validez de los resultados alcanzados. “El análisis de contenidos acepta material no estructurado” (p. 42), en tanto estudia expresiones espontáneas y no limitadas por una pauta de entrevista u otras herramientas que producen el dato, puesto que el mismo se toma *ex post facto* tal como se presenta al investigador. Éste “(...) es sensible al contexto y por lo tanto es capaz de procesar formas simbólicas” (p. 43), de forma tal que se fundamenta en una comprensión situacional de los simbolismos estudiados sin disociaciones. “El análisis de contenido puede abordar un gran volumen de información” (ibid.), en tanto prevé el uso de herramientas informáticas, períodos de tiempo prolongados o amplios equipos para así hacerlo y alcanzar una mayor robustez de lo hallado.

1.4.2.1.1. Pre análisis

Bardin sostiene que a partir de una primera fase llamada de pre-análisis basada en una lectura “*flutuante*” se entabla un primer contacto con los documentos a analizar a partir de definir el recorte de los mismos, así como plantear objetivos e hipótesis además de indicadores que guíen la investigación. Los temas que se repiten con una mayor frecuencia son agrupados en “(...) *unidades comparáveis de categorização para análise temática e de modalidades de codificação para o registro dos dados*” (BARDIN, 1995, p.100). Mientras que Krippendorff (1990), en una misma dirección, inicia el análisis de los documentos a estudiar indagando primeramente (1) cómo estos se comunican al analista y, en seguida (2), ahondando sobre el contexto de los mismos.

“En todo análisis de contenido la tarea consiste en *formular inferencias*, a partir de los datos, en relación con algunos aspectos de su contexto, y justificar esas inferencias en función de lo que se sabe acerca de los factores estables del sistema en cuestión”, señala Krippendorff (1990, p. 38, cursiva del autor). En ese proceso, se asume a los datos en su carácter simbólico a fin de aportar al analista en base al objeto de estudio, siendo necesario “(...) establecer por adelantado el tipo de pruebas necesarias para validar sus resultados” (ibid., p. 39). Debe

contarse con criterios claros para la validación de resultados, tal como un registro de variación ostensible en temáticas abordadas, en frecuencias de las mismas, en ubicación de su difusión. Tales relaciones, permiten responder a las preguntas propuestas. Las condiciones circundantes al dato analizado forman parte de la estrategia metodológica.

1.4.2.1.2. Categorización o codificación

A modo de segunda fase se elabora la codificación del material de análisis, propone Bardin (1995), en línea con los objetivos y preguntas orientadoras del análisis. Al definirse las unidades de codificación se eligen unidades de registro o recorte, se definen reglas de conteo o enumeración y se componen categorías de clasificación que reúnan fragmentos con elementos comunes en unidades de registro, clasificando con criterios semánticos (temas) o sintáctico/léxicos en base al sentido de las palabras (distinción, sosiego, etc.). De esa forma serán separados los fragmentos de análisis en diferentes nudos de análisis, que permitirán su contraste con las preguntas de investigación y el marco teórico seleccionado. Ello, desde un ida y vuelta continuo entre teoría y datos. Los capítulos de esta tesis, exponen la codificación realizada mediante “núcleos de sentido” relevados.

Para Krippendorff(1990) el conocimiento del analista lo conduce a dividir la realidad en categorías de análisis, en un proceso en el que

(...) el investigador es responsable del proceso que conduce a dichos descubrimientos: debe describir las condiciones en que obtiene los datos, justificar los pasos analíticos seguidos y procurar en todo momento que el proceso no sea tendencioso, en el sentido de favorecer cierta clase de hallazgos en detrimento de otros (p. 70).

A la hora de realizar el diseño de la investigación, la atención al contexto del instrumento de estudio es fundamental, siendo indispensable dar cuenta de cada paso tomado durante la investigación. A la hora de realizar la misma, a su vez, según también indica Krippendorff (1990) se han de considerar:

- Unidades de muestreo: porciones de la realidad a estudiar, independientes una de otras, siendo en el caso de esta investigación el periódico *Folha de São Paulo*.
- Unidades de registro: fracción de la unidad anterior que puede ser estudiada por separado, tales como palabras en noticias, temas (frases o conjuntos de frases), símbolos semánticos (metáforas o figuras literarias), titulares en periódicos, títulos de portadas etc. Los capítulos 2 y 3 de esta tesis, presentan agrupamientos de temas con

referencias a titulares, frases y otros contenidos clasificados e interpretados en contexto.

- Unidades de contexto: porción de la unidad de muestreo a ser revisada para situar a la unidad de registro, por ejemplo la portada de un periódico. El desarrollo de esta investigación ahonda sobre unidades de contexto de diferentes grados de relevancia.

Ha de definirse la muestra de análisis, pero en el caso de esta investigación se estudiará la cobertura completa del periódico analizado, para el período de tiempo escogido. En base a las unidades a delimitar se indagarán categorías tales como 1) asuntos o tópicos, 2) dirección (positiva, negativa, inclinada a una u otra posición), 3) de valores, según intereses u objetivos transmitidos por texto, 4) de receptores o a quienes se dirige el contenido estudiado y 5) física en términos de la extensión o localización (portada, etc.) de la noticia analizada. Así lo proponen Hernández, Fernández y Baptista (1997), a partir del propio Jost Krippendorff.

La lectura del propio material indica las categorías a contrastar, en tanto “(...) la codificación es el proceso por el que los datos brutos son transformados sistemáticamente y agregados en unidades que permiten una descripción precisa de las características pertinentes del contenido”, según señala otro de los referentes en el análisis de contenidos (HOLSTI, 1969).

1.4.2.1.3. Interpretación o inferencia

Por último, en un tercer momento, se realiza la interpretación en base a categorías de acuerdo a Bardin (1995). En el cual es importante indagar sobre los “núcleos de sentido”¹³ en el levantamiento a realizar para las frases o fragmentos del discurso que condensan los mismos, indagando en las relaciones y significados latentes entre los insumos considerados (ibid.). El uso de herramientas de análisis cuantitativas y la investigación cuantitativa de los fragmentos seleccionados, serán herramientas de esta propuesta para la organización del material de investigación. Siguiendo a Bardin (1995), la interpretación conlleva una revisión tanto de presencia, como de frecuencia, intensidad, dirección, orden y contingencia.

Krippendorff sostiene que “(...) el análisis de contenido ha llegado a ser un método científico capaz de ofrecer inferencias a partir de datos esencialmente verbales, simbólicos o

¹³ Para Bardin (1995, p. 105), el núcleo de sentido es la frase o fragmento del discurso que corresponde objetivamente a la pregunta realizada.

comunicativos” (1990, p. 27). En relación a ello, agrega como atributos de esta metodología la presencia de “comunicaciones simbólicas comparativamente no estructuradas” (p. 45) y “fenómenos no observados directamente a través de los datos relacionados con ellos” (p. 45). Los artículos de prensa a estudiar en esta tesis no surgen de una pauta de entrevista preparada a los fines de investigación y el análisis a realizar irá más allá de lo latente, en otras palabras.

El autor plantea la posibilidad de medir cuantitativamente la mención explícita de, por ejemplo, el nombre de un país. También, la posibilidad de medir referencias directas e indirectas, tales como podrían ser menciones a Uruguay por su nombre o como “el pequeño país del Sur”. O las veces que se indica un objeto, asociando atributos a ello. En línea con Bardin (1995), enfoques como el recién citado apuntan a registrar frecuencias y relaciones. La co-ocurrencia de símbolos en mensajes, de atributos en una unidad, a ser registrados y luego analizados. También es posible elaborar conglomerados de asociaciones, en diálogo con lo anterior.

—

El capítulo próximo responde al primer objetivo de investigación, así como el siguiente al segundo objetivo, a través de la estrategia metodológica antedicha. El diario *Folha de São Paulo* en tanto *corpus* de esta tesis será presentado en el próximo capítulo, su selección sucede en adaptación a los objetivos iniciales del proyecto de investigación que debieron transitar por un contexto de pandemia que limitó otros abordajes de campo, así como un contexto de financiamiento adverso dada la coyuntura regional actual. Más allá de tales limitaciones, la investigación se corresponde con las motivaciones del proyecto inicial, esperando ser de aporte a la comprensión de las relaciones materiales y simbólicas entre Brasil y Uruguay desde un destino balneario en particular, para el escenario del Programa Interunidades de Posgraduación en Integración de América Latina de la Universidad de San Pablo.

1.4.3. Análisis a desarrollar

A través de las orientaciones metodológicas antes desarrolladas desde Bardin (1995), serán categorizadas las diferentes noticias o notas del periódico *Folha de Sao Paulo* (unidad de muestreo) que, para el período seleccionado, hagan mención de Punta del Este, para luego

tornar tales documentos objeto de análisis (unidad de registro) y desde la revisión de enunciados sobre el destino turístico (unidad de contexto). Se estudia la saturación de “núcleos de sentido”, aquellas nociones discursivas de alta recurrencia así como menciones de significativo valor que responden a las preguntas de investigación. Ello, entre otros aspectos, según la sección y ubicación en la que aparecen, atendiendo las asociaciones que entablan con situaciones, bienes o personas de relevancia para identificar cómo PdE es mirado y, a partir de ello, proyectado.

Las noticias que tengan a PdE como asunto central remitirán un análisis exhaustivo, mientras que otras sobre temáticas lejanas al lugar que meramente hagan referencia acotada a éste, serán leídas especialmente a partir del enunciado de interés y su relación con el contenido general de la noticia. El agrupamiento de correspondencias entre sentidos discursivos, así como la saliencia de discursos que expresan contradicciones, o distanciamientos de narrativas prevalentes, serán también objeto de especial atención para su contextualización explicativa. Igual procedimiento se seguirá para los diarios Zero Hora (ZH) de Porto Alegre y La Nación (LN) de Buenos Aires, aunque desde una posición exploratoria para tales casos.

El estudio de fuentes de prensa posibilitó transitar por un período que inicia en la inauguración del Hotel Conrad en 1997, recorriendo una década después la apertura del Hotel Fasano Las Piedras para una década más tarde llegar al cierre de sus puertas al llegar la pandemia de COVID-19. El soporte papel predominaba entonces a la vez que surgía una paulatina digitalización periodística. Hoy, eso último damos por hecho a la vez que otros medios comunicacionales no periodísticos adquieren dominancia como advierten Urry y Larsen (2011). Sin embargo, para un corte diacrónico comparativo como el aquí propuesto resultó de peso ir a por fuentes discursivas vehiculizadores de imágenes de amplio alcance, tanto en el ayer de 1997 como en el cercano 2020, receptoras y productoras de imágenes en circulación para un público de capas medias a altas que, de acuerdo a evidencias citadas, consume aquellos medios y se corresponden con perfiles de quienes viajan a destinos como PdE, según se argumentó.

El desarrollo de trabajo de análisis de contenido transcurrió durante el desarrollo de la pandemia por COVID-19, readecuando ello pretensiones iniciales al análisis de medios de prensa disponibles digitalmente. Fueron relevadas las noticias de FdSP a través tanto de su archivo de noticias *online* como aquellas *offline* escaneadas o cargadas en su acervo,

tomándose las primeras como objeto de sistematización dada su correspondencia con las segundas, que fueron consultadas a fin de corroborar concordancia, y su potencial de trabajo analítico. Para LN se recurrió a su archivo digital, siendo único medio argentino de alcance nacional y posición dominante que digitaliza sus redacciones desde 1997; mientras que ZH, como único medio dominante *gaúcho* sin competidores cercanos, fue elegido apesar de sólo presentar registros archivísticos desde 2010. No obstante, la revisión de estos últimos dos medios cumplió un rol meramente de exploración contrastiva, siendo FdSP el canal de prensa focal de análisis.

Por último, cabe resaltar, que a pesar de no haber ello sido relevado, parte de las noticias aquí tratadas han sido vehiculadas no sólo en *bancas de jornais* y soportes digitales de los medios de prensa investigados, sino también a través de redes de de agencias de prensa internacionales como son Agencia EFE, *France Presse*, *The New York Times* (NYT) o la British Broadcasting Corporation (BBC), así como de medios otros ligados a FdSP, LN y ZH tales como el Portal UOL, RBS TV o el canal LN+, respectivamente, entre otros soportes nacionales no necesariamente ligados entre sí como conglomerado mediático. La circulación de informaciones, además, sucede en redes sociales donde se comparten publicaciones de noticias, desde donde las mismas son comentadas generando interacciones múltiples, entre otras vías potenciales de movimiento y repercusión.

2. Imágenes de Punta del Este en Folha de SP

El diario *Folha de São Paulo* (FdSP) es una empresa del *Grupo Folha*, un conglomerado propietario también del portal de internet *UOL* (Universo Online), el diario *Agora São Paulo*, la consultora *Datafolha*; la editora *Publifolha* y la imprenta *Plural*; entre otros negocios (BRAZILIAN MEDIA, 2015). Este periódico ha apelado a diferentes públicos, tales como las clases medias urbanas, propietarios rurales y la sociedad civil (MOTA & CAPELATO, 2003), desde un discurso del tipo *catch-all* para una base amplia generalista. A pesar de lo anterior, el perfil editorial del medio insinúa haber transitado hacia un compromiso activo con la sociedad de su tiempo, a través de posicionamiento ideológicos en diálogo con públicos de capas medias a altas y formado (BONSANTO DIAS, 2019). Este diario, según Albuquerque (2018) sostiene, realiza constantes evaluaciones y monitoreos de la percepción de sus lectores, emprendiendo acciones estratégicas para disputar una voz de autoridad.

En 2019, la *Folha de São Paulo* era el periódico de circulación nacional de mayor tiraje en Brasil con 328.438 ejemplares. *O Globo*, por otro lado, llegaba a 323.172 ejemplares en segundo lugar. Luego surgía la presencia de *O Estado de São Paulo* y *Súper Notícia*, mientras que seguía en quinto lugar *Zero Hora* registrando un tiraje de 163.594 (MEIO E MENSAGEM, 2020). A lo largo de las últimas décadas, el aquí estudiado periódico paulista de alcance nacional ha ocupado un lugar de liderazgo tanto en su difusión impresa, situándose entre los tres medios de prensa más leídos (BRAZILIAN MEDIA, 2015). En tal sentido, ha oscilado entre el primer y tercer lugar, posicionándose habitualmente en una segunda posición según su alcance a lo largo del país. En 2014, FdSP era también el diario impreso más leído en todo el país, siendo leído entonces por una media del 14% de la población al menos una vez a la semana, según Reuters (NEWMAN Y LEVY, 2014). Por otro lado, el *Instituto Verificador de Comunicação* (IVC, 2017) evidencia el posicionamiento de FdSP como diario web más visitado desde el cambio de siglo, a la fecha de publicación del informe recién citado. Se encuentra, a su vez, entre los diez primeros de aquellos que mayor involucramiento generaron en Facebook, Instagram y Twitter en los últimos cinco años, según Torabit (2022).

Al recorrer esta tesis un período de transición entre el papel y los formatos digitales desde el año 2007 al 2020, ello conduce a la elección de fuentes como el referido medios de prensa que mantuvo un papel de relevancia en ambos formatos, a lo largo del período. Asimismo,

otras fuentes a ser consideradas en esta investigación tales como *La Nación* (LN) de Buenos Aires o *Zero Hora* (ZH) de Porto Alegre, demuestran un desempeño similar en su cobertura y perfil editorial, a la vez que resultan accesibles en sus repositorios digitalizados tanto sus ediciones impresas como sus publicaciones digitales para los casos de FdSP y LN. El periódico escogido surge como un medio estratégico para indagar sobre la proyección de imágenes de PdE desde el corazón de Brasil, el Estado de São Paulo. Ello, en tanto el recorte traído por éste a través de la diversidad de las agencias de prensa a las que recurre para nutrir sus páginas impresas o digitales, los periodistas a los cuáles envía al destino¹⁴ o colaboradores a los que convoca en Uruguay.

Es en tal sentido que se asume como supuesto de esta investigación, que el periódico ilustra a lo largo del período 1997 - 2020 un repertorio de imágenes rico, relevante y capaz de comprender múltiples miradas dominantes sobre el destino turístico uruguayo. Sin, por ello, aspirar a una cobertura exhaustiva de miradas desde la centralidad brasileña, sino explorar analíticamente la selección que ofrece FdSP. Asimismo, los contrastes propuestos en el capítulo 5 de esta tesis, al traer imágenes de otras fuentes como el medio de prensa gaúcho ZH y el medio porteño LN, tendrán como objetivo revisar las imágenes relevadas en una paulista FdSP para enriquecer la indagación final. Es entonces que, a través de discursos imagéticos considerados meritorios por el periódico localizado en la mayor urbe sudamericana, encontrándose los mismos, en consecuencia, disponibles para un público lector brasileño amplio aunque preeminentemente de capas medias y superiores, ligado especialmente a la centralidad de la región Sudeste de Brasil. Ésta última, decisiva para el país en términos socioeconómicos y simbólicos, a la vez que ostensiblemente ligada a Punta del Este - Uruguay como emisora de inversiones, turistas y residentes, en línea con cuanto se ha argumentado.

—

En el período de análisis escogido para esta investigación, Punta del Este es mencionado en 964 noticias entre el 1° de enero de 1997 y el 13 de marzo de 2020. No obstante, como se verá más abajo parte de las menciones resultan aisladas y no conforman una noticia de mayor

¹⁴ En la mayor parte de los casos, estos enviados especiales del periódico han sido invitados por agentes privados y públicos del Uruguay, quienes reconocen la incidencia del periódico. Éste, usualmente, indica la entidad mediadora junto a la firma de él/la periodista responsable de la cobertura. Ello, en sí mismo, constituye un dato valioso para esta investigación.

incidencia en formar opinión sobre el balneario. Sin embargo reflejan una considerable recurrencia de menciones del destino, las cuales permiten situar al mismo no sólo en términos de su localización material sino en términos de múltiples significaciones simbólicas, según el contexto de aquellas menciones. Aspectos que serán atendidos en adelante, a fin de trazar cuanto FdSP es capaz de evocar ante públicos brasileños sobre Punta del Este, así como sobre Uruguay a través del destino.

Año	Total de menciones PdE en FdSP	Publicaciones sobre PdE
1997	46	7
1998	14	-
1999	28	7
2000	38	6
2001	66	3
2002	16	2
2003	25	2
2004	34	9
2005	32	2
2006	46	11
2007	37	1
2008	68	13
2009	66	5
2010	48	5
2011	47	11
2012	79	14
2013	78	21
2014	55	14

2015	51	8
2016	28	6
2017	22	6
2018	20	5
2019	14	4
2020	6	0
Total	964	173

Tabla 2 - Menciones a Punta del Este en publicaciones varias¹⁵ y noticias sobre el balneario¹⁶, 1997 - 2020.

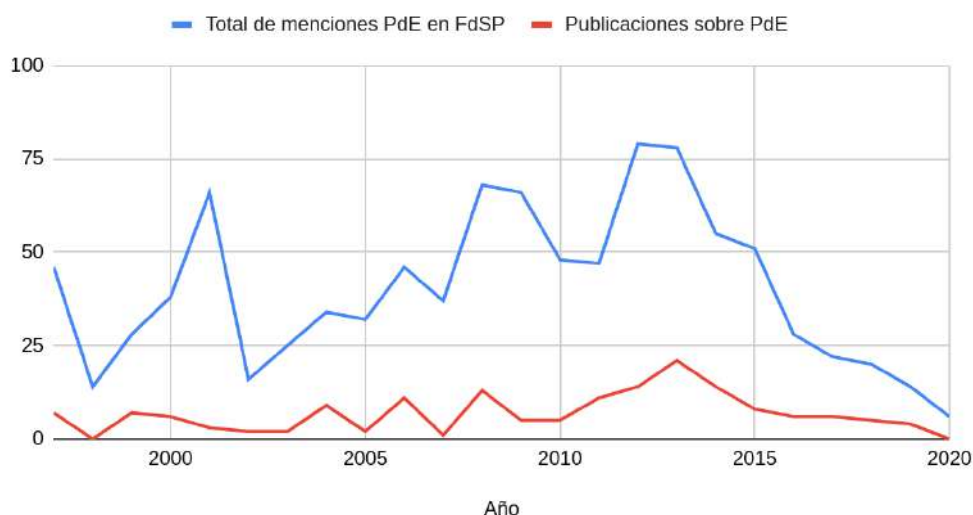


Tabla 3 - Distribución de menciones a PdE en publicaciones varias¹⁷ y noticias sobre el balneario¹⁸, 1997 - 2020.

La tabla de distribución de temporal de menciones al balneario uruguayo exponen, por un lado, el crecimiento de apariciones a PdE en FdSP a través del avance de la década de 1910 hacia mediados de la década siguiente, junto a una progresiva ralentización que acompaña un escenario socioeconómico desafiante para Brasil tras una desaceleración de la economía y

¹⁵ Redacciones en FdSP con al menos una mención a Punta del Este.

¹⁶ Notas o noticias de al menos 150 palabras, dedicados especialmente al balneario o a un asunto estrechamente relacionado al mismo (en tales casos, el recorte se establece en base a al menos tres referencias directas o indirectas al destino en redacción). Se excluyen los breves periodísticos, de menos de 150 palabras, a pesar de su alcance en la columna social de Ilustrada, de lectura frecuente; serán considerados para el análisis cualitativo, desconsiderándose en esta tabla dado su escaso desarrollo en un listado de referencias breves que compone ese corte del diario.

¹⁷ op. cit. 15.

¹⁸ op. cit. 16.

crisis política que, se infiere, incide en inhibir la mirada del país hacia el extranjero, particularmente en términos de un destino eminentemente turístico. y menciones a PdE, así como publicaciones que refieren directamente al balneario o destacan cuanto allí sucede con especial referencia al mismo en al menos tres menciones directa o indirectas al destino. Mientras que, la gráfica de distribución según secciones de FdSP con mención al balneario evidencia un interés turístico, económico y de cobertura de actividades cultural-deportivas, así como de interés internacional de acuerdo a la prevalencia de secciones como *Turismo*, *Ilustrada*, *Esporte* y *Mercado*, tal como se ahondará más adelante de forma cualitativa. Entre 2008 y 2015 la incidencia de PdE en el periódico muestra un momento de auge, el cual acompaña un último coletazo del ascenso económico de Brasil, el cual se refleja en inversiones, eventos, viajes, residencias y otras dimensiones de la relación con el área costera.

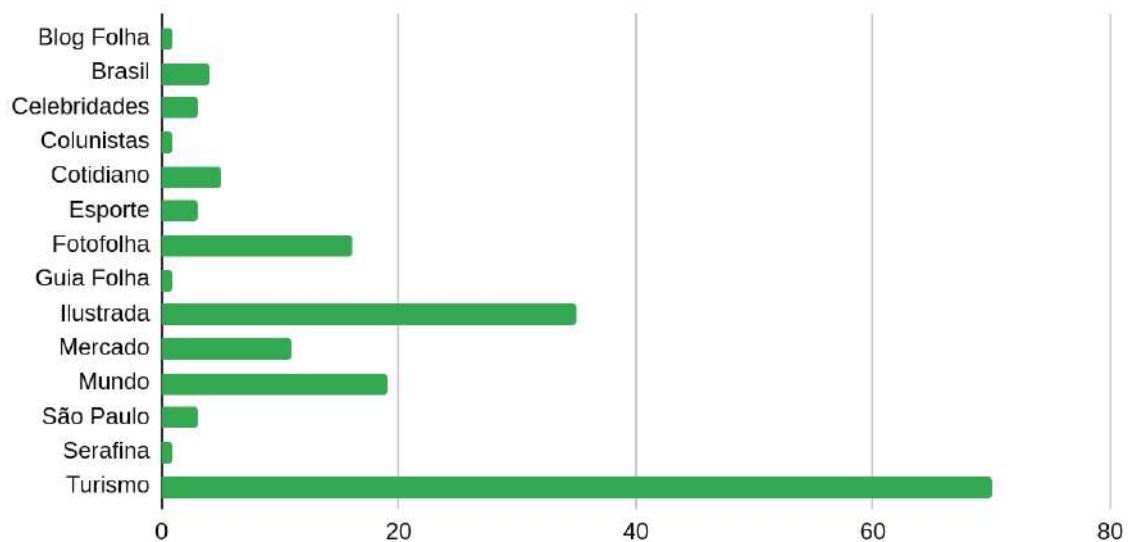


Tabla 4 - Distribución de publicaciones acerca de Punta del Este en FdSP, según sección.

Los contenidos divulgados en el periódico dedicadas especialmente al balneario, aquellos describen sucesos o atractivos al mismo ligado con al menos tres menciones al mismo, se distribuyen con especial concentración en la sección *Turismo* (40,5%), *Ilustrada* (20,2%) y *Mundo* (11,0%) trayendo desde crónicas de viaje la primer, incluyendo la agenda de socialités paulistas en PdE como un trazo de la sociabilidad de la elite paulista tal como se ahondà, divulgando eventos y sucesos político-económico-culturales de relevancia en PdE el tercero. Tales textos se construyen desde diferentes orígenes tales como la redacción del periódico en São Paulo (30,4%), enviados especiales desde Brasil (30,1%), agencias de noticias extranjeras tales como Agencia EFE o *France Presse* (27,2 %), colaboraciones desde Uruguay (6,9%),

así como una distribución menor y análoga (1,2%) para columnistas, acervo del periódico y no informado. Resulta, entonces, relevante notificar que los corresponsales en gran medida financiados desde empresas ligadas al destino esteño, así como la disponibilización de noticias desde agencias abonan la mayor parte del repertorio, junto a contenidos elaborados desde oficinas de FdSP.

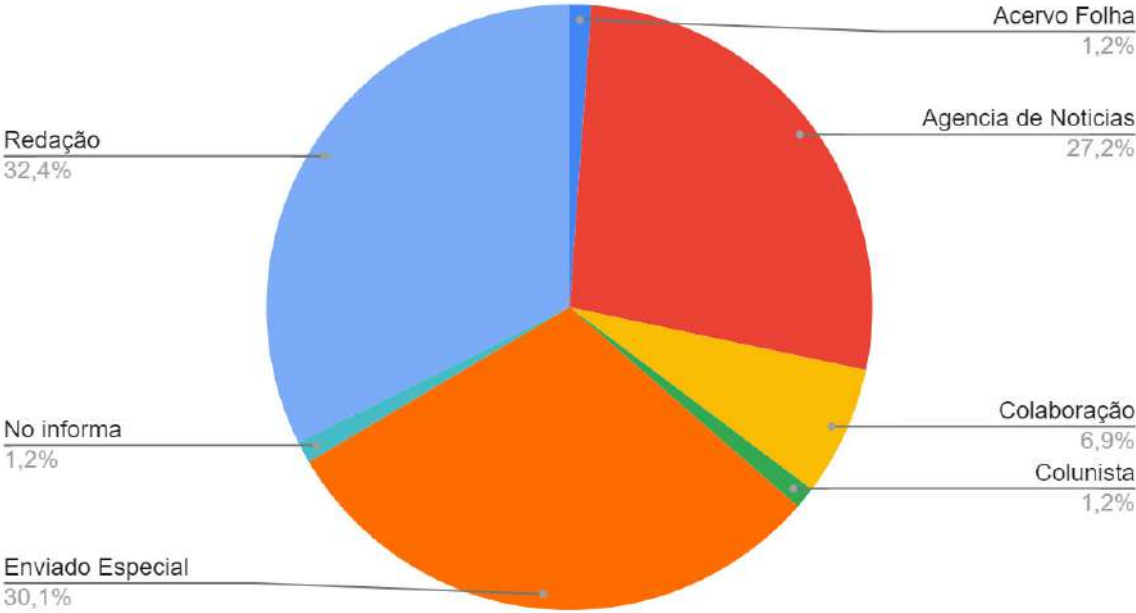


Tabla 5 - Distribución de publicaciones acerca de Punta del Este en FdSP, según fuente de redacción.

En términos de la cobertura de noticias acerca de Punta del Este, resulta usual se envíen corresponsales desde São Paulo a la localidad costera o se recurra a colaboradores desde Uruguay, para un 37% de los casos. No obstante, también se realizan redacciones desde SP, así como noticias sobre temas de relevancia hacen menciones sobre Punta del Este, entablando relaciones simbólicas que conducen a mirar al balneario (al respecto se ahondará más adelante). Los invitados especiales, en múltiples casos viajan por invitación de agentes corporativos que, en algunos casos, son informados tal como se indica en tabla abajo. Al respecto de esto último, para el análisis en curso corresponde destacar el papel de la hotelería privada como promotora de la zona balnearia al mediar cobertura en FdSP que proyectan imágenes del balneario como las que serán indagadas más adelante, frente a otros agentes. La hotelería de alto porte instalada en el área evidencia, como antes se ha señalado, una alta incidencia en las prácticas turísticas promovidas por el balneario así como en la promoción de

imágenes del mismo¹⁹, usualmente asociadas a las vivencias que ofrecen. Por otra parte, los colaboradores, al encontrarse en Uruguay, no implican un costo de viáticos por lo cual no existen indicios de un agente público o privado más allá de FdSP que contribuya a su contratación.

Año	Participación	Periodista	Invitación de:
1997	Enviado Especial	ROBERTO DE OLIVEIRA	Inauguración Conrad
1997	Enviada Especial	PATRICIA DECIA	No informa
1999	Enviada Especial	ÉRIKA PALOMINO	Chivas Lounge
1999	Enviada Especial	CRISTIANA COUTO	Festival Gastronomía Conrad
1999	Enviado Especial	JOSÉ GERALDO COUTO	Festival Mercocine
1999	Enviado Especial	LÉO GERCHMANN	Agência Folha p/ Reunión Ministros Mercosur
2000	Enviada Especial	DENISE MOTA	Festival Mercocine
2000	Enviada Especial	CAROLINA FREDERICO	Conrad Resort & Casino y Planet Player.
2002	Enviada Especial	DENISE MOTA	Un cine de Punta
2004	Enviada Especial	MARGARETE MAGALHÃES	Mantra Resort Spa & Casino Punta del Este
2008	Enviada Especial	FABIANA FUTEMA	Conrad Punta del Este y <i>Submarino Viagens</i>
2008	Enviada Especial	SYLVIA COLOMBO	<i>Costa Partners</i>
2011	Enviada Especial	ADRIANA KÜCHLER	No informa
2011	Enviada Especial	VANESSA CORRÊA DA SILVA	No informa
2011	Colaboração desde Uruguai	PEDRO PAULO CARDOSO	No informa
2008	Enviada Especial	SYLVIA COLOMBO	Corresponsal Folha AL en Bs As
2012	Enviado Especial	EUCLIDES SANTOS MENDES	No informa
2013	Colaboração desde Uruguai	DENISE MOTA	No informa

¹⁹ A pesar de no informarse de potenciales agentes mediadores de invitación para corresponsales entre 2011 y 2014, las menciones recurrentes al Hotel Fassano en las mismas insinúan algún tipo de colaboración, sea en traslados, alojamientos u otros aspectos de cooperación vinculados a un origen común de la empresa de hotelería y gastronomía con el periódico. No obstante, ello no puede afirmarse para la información con la cual se cuenta. De una forma u otra, se evidencia un interés creciente en PdE y Uruguay que acompaña el crecimiento económico de Brasil de mediados a fines de la década de 2000 hasta la primera mitad de la década de 2010.

2013	Enviada Especial	SYLVIA COLOMBO	Corresponsal Folha AL en Bs As
2014	Enviada Especial	LÍGIA MESQUITA	No informa
2014	Enviado Especial	FELIPE GUTIERREZ	No informa
2015	Enviado Especial	JOSIMAR MELO	Asociación <i>Wines of Uruguay</i>
2016	Enviada Especial	SYLVIA COLOMBO	Corresponsal Folha AL en Bs As
2016	Enviado Especial	NAIEF HADDAD	Grupo Fasano
2017	Enviado Especial	ELVIS PEREIRA	Enjoy Conrad

Tabla 6 - Enviados especiales desde Brasil y colaboraciones desde Uruguay para FdSP²⁰.

La tabla resulta expresiva en términos de su relación con los períodos de auge de la actividad turística hacia Uruguay, la presencia de corresponsales enviados o colaboradores se corresponden en una relación directa con los años de mayor flujo de turistas indicados en el capítulo anterior. Lo cual, se asocia con hitos estratégicos para el balneario en su relación con Brasil tal como la inauguración de los hoteles Conrad y Fasano, dos emprendimientos que se han posicionado como interlocutores válidos de la imagen de PdE en Brasil, dada su presencia en múltiples medios de comunicación. Infraestructuras físicas mediadoras de repertorios imagéticos sobre PdE que han acompañado períodos de impulso en la afluencia al balneario, favorecidos ocasionalmente por coyunturas monetarias pero al influjo de acciones materiales como la coordinación de conectividad en vuelos, así como la presencia en medios rentada y espontánea, desde esas cadenas. El turismo de cruceros también mostró un particular auge entre 2008 y 2013, período de mayor efervescencia en relaciones desde FdSP hacia PdE; así como se dieron anteriormente esfuerzos de impulso a eventos culturales

²⁰ Personas encargadas de redacción de textos sobre el balneario como asunto central o relevante. Se encuentran otros casos como el de periodista que en 1997 cubre el lanzamiento de un nuevo automóvil en PdE, sin hacer referencia al lugar más allá de mera mención (<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1997/3/30/veiculos/7.html>); así como ejemplo equivalente cubre difusión de vehículo Peugeot (<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/veiculos/cv1410200104.htm>).

También puede encontrarse enviada especial a reunión de la *Associação Brasileira de Franchising* de cuya presencia en el balneario sólo se toma conocimiento en tanto se indica “*Enviada especial a Punta del Este*”, constancia que muestra la elección del destino uruguayo como destino de congresos, sin que este sea citado luego para profundizar sobre el lugar al desarrollar lo tratado en evento (<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/negocios/cn0910201106.htm>).

Ídem para el “2º Simpósio de Integração Energética da Associação Regional de Empresas de Petróleo e Gás da América Latina e Caribe, em Punta del Este (Uruguai)” (<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/dinheiro/fi2311200421.htm>). Tales corresponsales no integran tablas al no resultar para ellos el balneario en asunto a desarrollar, aunque se considerarán estas mínimas menciones en análisis sobre cómo el lugar es plasmado por FdSP.

cinematográficos dirigidos al MERCOSUR. Empresas, conglomerados y proyectos ligados a tales iniciativas colaboraron para su difusión en un medio como el aquí indagado.

A su vez, cabe destacar que cada periodista colaborador o enviado de FdSP, ha representado entre uno y ocho artículos; en tal sentido, se infiere una conveniente incidencia de cada cobertura. Asimismo se constata una mirada turística, en el sentido planteado por John Urry (2004), sobre los escenarios y actividades de interés habitual de acuerdo a los procesos de una mirada concentrada en el área urbana central del balneario que progresivamente gira hacia el este y el interior, como se argumentará más adelante. No obstante, el caso de Denise Mota en tanto brasileña residente en Uruguay tras formar familia en el país, sobresale al ampliar abanicos de objetos de interés al ser contratada como colaboradora para una edición especial del suplemento *Turismo* de FdSP. Instancia de diálogo entre una mirada extranjera y local, a su vez que se evidencia una permanencia en el destino de mayor duración a la usual por parte de periodistas enviados por corto período a escribir *in loco* desde PdE para el periódico paulista. La corresponsal brasileña de FdSP para América Latina, residente en Buenos Aires, ha servido a su vez de nexo para situaciones como eventos o picos de atracción de PdE, trayendo una mirada familiar a la sociedad platense, como se verá, frente a aquellos enviados que viajan por un exiguo período desde una visión en principio extranjera mediada por interlocuciones locales.

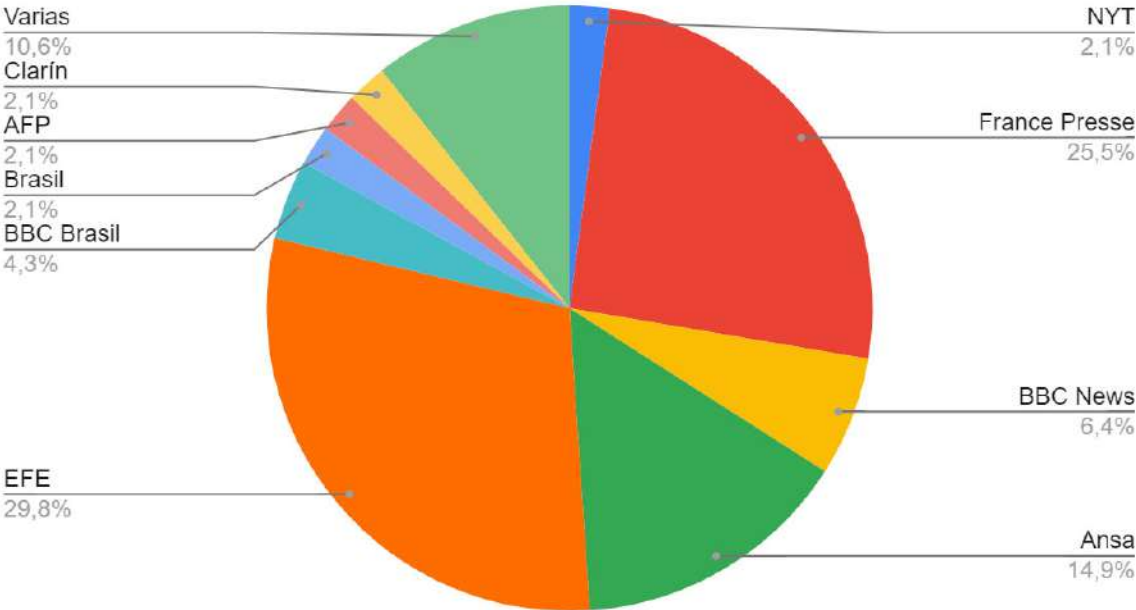


Tabla 7 - Publicaciones acerca de Punta del Este según Agencia de Noticias externas a FdSP/FolhaPress.

Otras fuentes relevantes de noticias en el periódico analizado son las Agencias de Noticias, para un 27% de los casos. Las noticias provenientes de tales orígenes no solamente circulan en FdSP sino en otros medios de prensa y portales digitales, usualmente. A su vez, Folhpress remite diferentes contenidos a otros medios implicando ello que los ecos de las imágenes aquí abordadas repercuten más allá de los propios portales de FdSP, entre ellos especialmente Uol. Estas relaciones remiten a flujos de circulación de noticias, ideas e imágenes que evidencian convergencia y señalizan paralelismos entre miradas extranjeras, sobre aquello que el distanciamiento selecciona sobre un destino como el aquí estudiado.

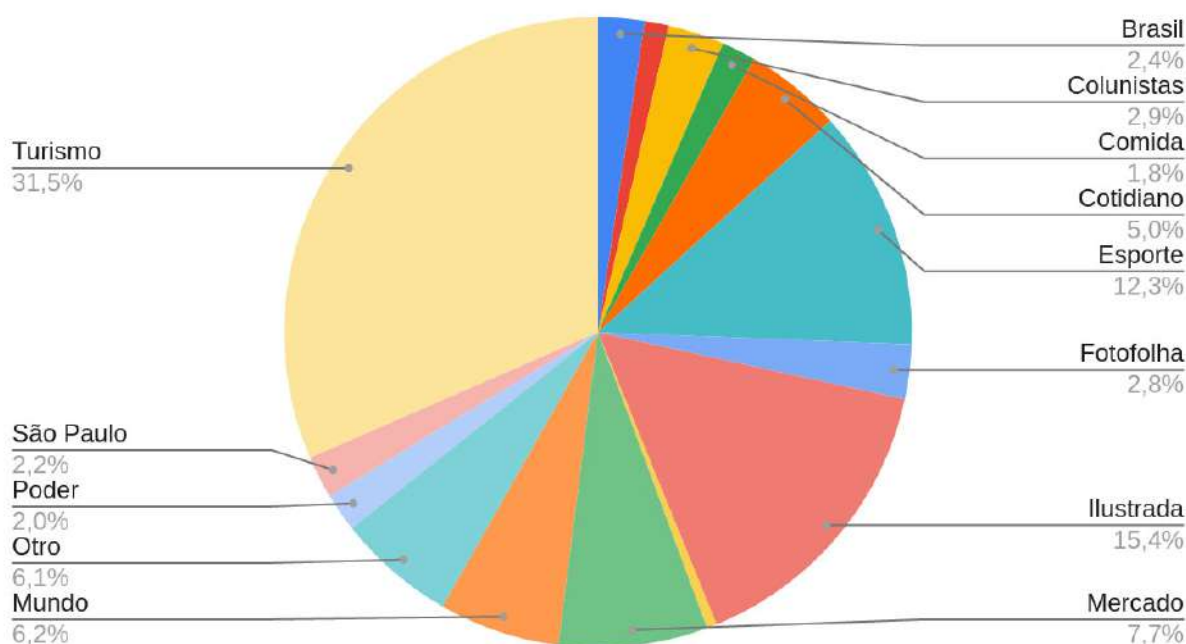


Tabla 8 - Distribución de menciones a Punta del Este en FdSP según sección, entre 1997 y 2020 (964 textos)²¹.

Más allá de esas noticias específicas sobre Punta del Este, interesa principalmente abordar las menciones del lugar en los 964 textos (noticias, artículos, breves periodísticos, anuncios). En tal sentido, la sección Turismo es aquella que remite a PdE en mayor grado, 31,5%, con una extensión destacada; pero, luego Ilustrada, 15,4%, y Esporte, 12,3%, resultan fundamentales en tanto menciones ocasionales surgen en noticias de figuras de alto apelo social: deportistas, músicos, actores, políticos, entre otros que visitan el balneario en sus vacaciones, compiten o

²¹ En base a criterios indicados en pie de página 14, se registran en esta tabla publicaciones con al menos una mención en FdSP distribuidas de la siguiente forma: 304 en sección Turismo, 149 en Ilustrada, 119 en Esporte, 93 en Colunistas, 74 en Mercado, 60 en Mundo, 59 en otros diversos, 50 en Cotidiano, 48 en otros, 36 en Columnas, 27 en Fotofolha, 21 en Sao Paulo, 23 en Brasil, 19 en Poder, 17 en Comida, 12 en Celebridades, 5 en Imóveis. Aquellas de media y larga extensión se concentran en Turismo, Sao Paulo, Ilustrada y Mercado.

se presentan en éste²². La asociación a figuras de influencia transfiere status mutuos, así como sedimenta una imagen en torno a quiénes y cómo frecuentan el lugar. Por otra parte, se destacan las notas breves de la columna social de FdSP coordinadas por Joyce Pascowitch hasta 1999 y a partir de 2000 por Mônica Bergamo. Éstas serán analizadas en profundidad más adelante, en tanto referencias de una inserción cotidiana de Punta del Este como proyección simbólica desde una columna social como la aquí señalada, elitizada en sus objetos de interés y capaz de evocar la restrictiva vida social de las élites, parafraseando a Ortiz (2019). A su vez, coberturas en tapa y amplia extensión en revista dominical São Paulo, sobresalen ostensiblemente. Entre otras secciones fuente a analizar.

Estas dimensiones de la redacción en FdSP, junto a otras en párrafos anteriores indagadas, remiten a las “condiciones de producción” (BARDIN, 1995, p. 39) del material de prensa a analizar, a continuación se profundiza a partir de ello sobre los contenidos en torno a PdE relevados.

—

El material documental primario provisto por el periódico FdSP de consulta en bruto, se vuelve un material secundario tras su recorte y clasificación para el análisis de contenidos, es decir, de mensajes allí expuestos. Así lo sostiene Bardin (1995), al proponer una “(...) *manipulação de mensagens (conteúdo e expressão desse conteúdo), para evidenciar os indicadores que permitam inferir sobre uma outra realidade que não a da mensagem*” (p.46). A partir de una contextualización pormenorizada sobre aquello a ser indagado, tal cual se ha realizado hasta aquí en esta tesis, los mensajes a analizar exigirían en clave de inferencia un papel creativo a partir esa contextualización, que permita alcanzar conocimiento nuevo fundamentado.

Las frecuencias indicadas en este apartado, así como otras de desarrollo posterior. Al ir sobre los textos, “unidades semánticas” desordenadas en un primer momento, que rodean menciones a PdE entre adjetivos, sustantivos, verbos y adverbios que en tanto “unidades de significado” señalizan miradas sobre el lugar o, al menos, ubican a éste al componer “núcleos

²² Algo que ilustra tanto sobre el equipamiento urbano, cultural, deportivo y otras infraestructuras desde aquellas de conexión a logísticas en el balneario. Asimismo, evidencia el capital simbólico del mismo para servir de sede. Elementos que son fruto de un proceso de construcción histórica público-privada del destino, capitalizable desde Brasil o en relación a él.

de sentido” que responden a las preguntas de investigación. En base a asuntos tratados, se procedió a categorizar los “núcleos de sentido” en un ejercicio convergente de agrupación y reagrupación desde sentidos comunes: alusiones al paisaje, alusiones a la exclusividad, alusiones a la estabilidad, etc. Los trazos de éstas, reúnen datos relevantes para interpretar cómo se imagina PdE.

Tras una exploración inicial, un ejercicio riguroso de contextualización y una codificación posterior. Un análisis de las enunciaciones vertidas desde el periódico, atento a recurrencias así como a la importancia dada a lo discursado (localización en periódico, etc.), ambivalencias, lugares comunes e inclusive las reducciones (metonimias, sinécdoques), entre otros. Las relaciones trabadas entre las unidades de significado resultan claves. Las mismas han convergido en torno a tres grandes categorías: a) Lujo, b) Paisajes y c) Civilidad (o trato). Se interpreta desde la mera mención a participación de deportista en torneo de tenis en PdE (ej. Copa Davis), al anuncio del alto valor inmobiliario de propiedades en PdE como trazos de un lugar vinculado al lujo, a quienes lo practican, a las actividades que lo rodean. El paisaje es trasfondo para ello, desde un foco en la costa a un avance hacia un campo interior refinado, no obstante el paisaje es en sí mismo objeto de referencias y descripciones que también traen su propia razón de viaje, además de complementar lo anterior. El trato cordial, las narrativas del país culto y educado, la percepción de seguridad, componen una dimensión retórica relevante, que enriquece las anteriores pero surge como valor en sí misma.

Es entonces que en base a un agrupamiento de mensajes en textos periodísticos que remiten los “núcleos de sentido” a los que se refiere Bardin (1995), próximos éstos a las “unidades de registro” propuestas por Krippendorff (1990), se constituyen codificaciones en torno a las imágenes sobre PdE condensadas en frases, palabras, temas de noticias en los que prevalecen cuanto será listado a continuación. Tres grandes categorías antes presentadas, remiten a trazos de Punta del Este en sus evocaciones desde FdSP, en una línea de inferencia relacional sustentada en los contenidos analizados, desde una confluencia analítica en sus trazos convergentes entre sí para cada categoría y parcialmente divergentes de una categoría a otra, a través de un proceso tan artesanal como metódico. Ello será desarrollado en adelante.

Categorías centrales	Codificación	N^a de incidencias
Lujo	Paquete de viaje (referencia a	226

	ofertas de vuelos, estadias, cruceros, etc.)	
	Ricos y famosos (referencia a figuras ligadas al empresariado, política, jet set / showbusiness, artes, socialités, etc.)	203
	Circuito cultural y deportivo (indicación de actividades culturales y deportivas, eventos para públicos amplios que suelen atraer a públicos y partícipes públicamente conocidos y/o de alto nivel de consumo)	199
	Hotelería (indicación de oferta hotelera en el balneario, aludiendo a amenities, infraestructuras culturales y de recreación, etc.)	107
	Eventos gubernamentales - corporativos (alusión a eventos de escala mediana a grande, usualmente internacionales, realizados en el balneario)	74
	Exclusividad (alusión explícita a la elegancia, sofisticación, carácter privativo o alto padrao de la zona)	58
	Inversión Turístico-Inmobiliaria (argumentaciones en torno al alto valor de propiedades en PdE, así como a conveniencia de inversiones brasileñas allí)	46
	Gastronomía (descripción de oferta gastronómica esteña, usualmente con énfasis en el cosmopolitismo de platos y de gastrónomos)	45

	Casino (referencia a la posibilidad de acceder a salas de juegos en PdE, evocaciones del lugar como sinónimo de tales espacios recreativos, incursiones en ejemplo puntaesteño para pensar situaciones de casinos en Br)	42
	Fiesta (promoción de vida nocturna en discotecas y pubs, anuncio de eventos para Reveillon, referenciación de PdE como sinónimo de excelencia en sociabilidad nocturna)	34
	Compras y marcas (mención a marcas de alta categoría que eligen el balneario, así como a la posibilidad de compras de bienes de alto valor, etc.)	34
	Eventos de matrimonio (difusión de posibilidad de realizar eventos matrimoniales en PdE, divulgación de bodas en la zona)	15
Paisaje	Paisaje de campo, mar y ciudad (descripciones de paseos marítimo-costeros, urbanos y rurales en sus múltiples expresiones)	175
	Arquitectura y diseño (indicación de fastuosidad de arquitectura y decoración en entorno PdE)	19
	Vinícolas (promoción de recorridos por bodegas y experiencias allí disponibles)	16
	Paraíso de ilegalidad (alusión a prisión de residentes extranjeros)	96

Civilidad y contracivilidad	radicados en PdE implicados en situaciones de corrupción usualmente brasileños; seguido en menor grado de menciones a lavado de dinero en PdE, entre otras)	
	Estabilidad y seguridad (argumentaciones sobre tranquilidad en convivencia en PdE, así como a estructura macroeconómica, seguridad pública, etc.)	13
	Educación y valores (indicación de buen trato y formación de uruguayos en PdE)	10
	Robos (informaciones sobre aumento de situaciones de inseguridad)	8
	Despenalización Marihuana (alusiones a liberalismo en PdE a través de marco regulatorio de consumo de marihuana)	7
	Gestión y promoción del turismo (destaque para eficiencia en gestión del turismo en PdE)	10
Otros	Accidente (difusión de accidentes de gravedad ligados a tránsito terrestre, embarcaciones, episodios de violencia, entre otros).	37
	Transporte y locomoción (mención a infraestructura de conectividad terrestre y aérea con PdE)	25
	Localización (uso de PdE como referencia geográfica para localizar sucesos no interligados al balneario pero próximos a éste)	18
Total	Todas	964

Tabla 9 - Codificación de menciones a PdE para el período 1997 - 2020.

La tabla anterior resulta de un proceso de inmersión en las fuentes consultadas, sobre las cuales se volverá cualitativamente en próximas páginas. *“Enquanto esforço de interpretação, a análise de conteúdo oscila entre os dois pólos do rigor da objectividade e ela fecundidade da subjectividade”*, señala Laurence Bardin (1995, p.9). En tal sentido, frecuencias de distribución como las antes expuestas se contextualizan en un marco sociohistórico como el desarrollado en el capítulo 1, lo cual orienta una integración analítica de categorías a partir de las imágenes relevadas en FdSP, así como de procesos de construcción regional de una mirada hacia PdE.

Las noticias acerca de PdE, columnas, menciones y demás textos que refieren al balneario serán abordados en su contexto a continuación, a partir de la clasificación antes descrita, considerando no sólo incidencias o recurrencia en menciones sino importancia de cuándo y con qué destaque los trazos de imágenes relevados fueron puestos en circulación.

2.1. Lujo y sofisticación *puntaestenha*

Al leer FdSP, las menciones a Punta del Este allí presentes remiten a adjetivaciones, asociaciones de sentido, imágenes y representaciones tales como: *“«Saint Tropez» da América do Sul”* (FdSP, 2004), *“principal centro turístico do Uruguai”* (FdSP, 2012) o *“queridinha na América Latina”* (FdSP, 2013), desde un estilo positivizante propio de las reseñas de viajes pero que se instala y hace eco en noticias de otros géneros. A través de cuanto argumenta Ortiz (2019), un objeto o producto, sino un destino como en el caso aquí abordado, sólo es de lujo si está incorporado a una serie de relaciones con otros objetos, prácticas e instituciones que producen el “sentido del lujo”.

*“What makes José Ignacio special is the people who come here. It’s easy to connect with like-minded people from different parts of the world, and it’s all super laid back”*²³, advierte un turista residencial alemán quien, según The New York Times, *“(...) headed straight to José Ignacio, a bohemian-chic peninsula about 20 miles east of downtown Punta, and had a grand time — grand enough to buy a plot of land near the ocean and eventually build a modernist house there”*. Un ejemplo de las relaciones que atraviesan el universo del lujo descrito por

²³ SINGER, Paola., Why the Charms of the Uruguayan Coast Are Drawing Homeowners. The New York Times. Jun, 9, 2021. Disponible en: <https://www.nytimes.com/2021/06/09/realestate/uruguay-waterfront-homes-jose-ignacio.html> Recuperado: 06/07/2022.

Ortiz (2019). Es entonces que no es un mero poblado costero en su rusticidad, una casa modernista sobre el mismo, un servicio o bien per se que remite al lujo sino cómo éste establece relaciones entre personas (celebridades, por ejemplo), prácticas (circuitos de juego, actividades de ocio desde desfiles a espectáculos musicales, gastronomía), así como una representación imagética que lo pone en circulación, desde medios de prensa al boca a boca de sus habitués, capaz de confirmar un lujo entre señales del lugar y cuanto allí se encuentra.

Quienes han estudiado la historia del balneario insisten en un hito particular que catapultó la imagen internacional del balneario, cimentando sus actuales contornos, el Festival de Cine de Punta del Este:

Uruguay parecía estar viviendo su etapa de máxima gloria al consagrarse en Río de Janeiro, ante un repleto estadio, en Maracanã, Campeón del Mundo de Fútbol. Todo se podía hacer, todo parecía posible ese 16 de Julio de 1950. Veinte días después se convocó una conferencia de prensa anunciando que en Punta del Este se realizaría un Festival Internacional de Cine.

Este hecho sería trascendente no sólo en el mundo del “Séptimo Arte”; también marcaría un momento importante en el impulso y propaganda de las posibilidades turísticas del balneario, que aún no estaban lo suficientemente difundidas (GATTÁS y GIURIA, 1987, p.93).

A la impronta signada por el arribo en masa de decenas de estrellas cinematográficas a inicios de la década de 1950, se suma en la década siguiente un nuevo hito internacional que corresponde con la realización en 1967 de la Cumbre de Presidentes de la Américas, firmándose el pacto de la Alianza para el Progreso. “Se superó la etapa de una imagen vacacional, la vida se intensificaba en lo cultural, social y político” señalan respecto del proceso de diversificación de las vocaciones del balneario, de acuerdo a las escritoras conocedoras del balneario Mecha Gattás y Blanca Giuria (1987, p.104). Esta consideración internacional se mantiene presente desde hilos que repercuten en eventos, agendas y visitantes del balneario que secundan una impronta cosmopolitizada:

Até janeiro, as areias e as ruas de um dos balneários mais elegantes da América Latina, Punta del Este, freqüentado por estrelados novos e antigos, como Antonio Banderas, Athina Onassis, Marlon Brando e Brigitte Bardot, se tornarão um local de encontro de parceiros do Mercosul com os "hermanos" uruguaios. A península de 10 mil habitantes, a 130 km de Montevideú, será tomada por 300 mil veranistas²⁴.

Así inicia una exposición sobre las amenidades de un escenario geográfico balneario entre lujosas atracciones como casinos, hoteles y discotecas; además de mansiones rodeadas de bosques como sucede en La Barra; paseos como culturales como el museo atelier Casapueblo

²⁴ MAGALHÃES, Margarete. Geografia dá ar da graça em Punta del Este. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 9.dez.2004. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/fx0912200428.htm> Acceso: 4.ago.2020

o reservas naturales como la Isla de Lobos. Las respuesta resultaban múltiples, razones abundaban según esgrimía la corresponsal invitada:

Os brasileiros podem se perguntar: "Por que trocar 8.000 km de litoral com águas quentes para se estirar nas areias de Punta?". Algumas respostas: a geografia e a paisagem são raras, não há perigo de o turista ter seus pertences furtados, a areia é limpa, as noites são badaladas, circula por lá muita gente bonita e, para quem gosta de jogar com a sorte, Punta del Este comporta três cassinos (...).

F14 quinta-feira, 9 de dezembro de 2004 TURISMO FOLHA DE SÃO PAULO



Vista de Punta del Este, um dos mais desejados destinos de férias no mundo. A paisagem é limpa, as noites são badaladas, circula por lá muita gente bonita e, para quem gosta de jogar com a sorte, Punta del Este comporta três cassinos (...).

As descobertas, em outros, se voltam à beira-mar para tomar uma

PONTO DO CHARME Balneário uruguaio dividido por águas do oceano Atlântico e do rio da Prata acolherá 300 mil veranistas

Geografia dá ar da graça em Punta del Este

MARGARETE DRAGHINI (FRANCOFONIA INTERNACIONAL)

Um destino de férias e de lazer de alto nível, Punta del Este, no Uruguai, é um dos mais desejados destinos de férias no mundo. A paisagem é limpa, as noites são badaladas, circula por lá muita gente bonita e, para quem gosta de jogar com a sorte, Punta del Este comporta três cassinos (...).

Os brasileiros podem se perguntar "Por que trocar 8.000 km de litoral com águas quentes para se estirar nas areias de Punta?". Algumas respostas: a geografia e a paisagem são raras, não há perigo de o turista ter seus pertences furtados, a areia é limpa, as noites são badaladas, circula por lá muita gente bonita e, para quem gosta de jogar com a sorte, Punta del Este comporta três cassinos (...).

CONHEÇA AS PRAIAS DE PUNTA DEL ESTE

PRAIAS DE PUNTA DEL ESTE

PRAIAS DE PUNTA DEL ESTE

PACOTE PARA PUNTA DEL ESTE

Preço por pessoa, com aérea

R\$ 1.899 Quatro noites em um apartamento de 2 quartos, com café da manhã e estacionamento. Inclui traslado de São Paulo para Punta del Este e de volta. www.bonjour.com.br	R\$ 2.199 Quatro noites em um apartamento de 2 quartos, com café da manhã e estacionamento. Inclui traslado de São Paulo para Punta del Este e de volta. www.bonjour.com.br	R\$ 2.499 Quatro noites em um apartamento de 2 quartos, com café da manhã e estacionamento. Inclui traslado de São Paulo para Punta del Este e de volta. www.bonjour.com.br	R\$ 2.799 Quatro noites em um apartamento de 2 quartos, com café da manhã e estacionamento. Inclui traslado de São Paulo para Punta del Este e de volta. www.bonjour.com.br
---	---	---	---

Figura 3 - Folha de São Paulo, 9/12/2004.

En el artículo titulado “Reduto de abonados, Punta del Este celebra virada à beira-mar ou na montanha”²⁵, la zona balnearia es descrito junto a una imagen de José Ignacio, del Restaurante Fasano y de la Bodega Narbona, de la siguiente manera:

Nesta época do ano, transforma-se numa espécie de clube selete de uruguaiois, argentinos e brasileiros que ali se instalam para curtir o verão sem choro na hora de passar o cartão.

Na estreia de temporada, o balneário renova-se: bares, restaurantes, cafés, lojas de grifes famosas, galerias de arte e baladas pipocam por todos os cantos.

É justamente essa gama de opções sofisticadas, aliada à sensação de segurança, que justifica a viagem até lá, costumam dizer os forasteiros.

²⁵DE OLIVEIRA, Roberto. Reduto de abonados, Punta del Este celebra virada à beira-mar ou na montanha. Cotidiano. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 28.dez.2018 Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2018/12/reduto-de-abonados-punta-del-este-celebra- virada-a-beira-mar-ou-na-montanha.shtml> Acceso: 20.ago.2021



Reduto de abonados, Punta celebra virada à beira-mar ou na montanha

Concordia nesta época do ano, balneário uruguaio tem festa de Révillon a partir de R\$ 3.200

FOLHA VIBRANTE

Por Roberto de Oliveira

Uma semana depois de ter recebido o prêmio de melhor destino turístico do mundo em 2018, Punta del Este celebra a virada de ano com uma festa de Révillon que promete ser a melhor da América Latina. A cidade uruguaia, conhecida por suas praias e resorts de luxo, recebe milhares de turistas durante o período de férias. Este ano, a festa de Révillon será realizada em um dos pontos turísticos mais famosos da cidade, o Hotel Fasano. O evento promete ser uma celebração única, com shows, música e muita festa. Além disso, a cidade também oferece uma variedade de opções de lazer, desde passeios de barco até caminhadas nas montanhas. Para quem quer aproveitar ao máximo a estadia, a cidade oferece uma variedade de pacotes turísticos, incluindo passeios guiados e reservas de hotéis de luxo. A festa de Révillon em Punta del Este é um evento que não pode ser perdido por quem quer aproveitar ao máximo a estadia na cidade.

Momento de aurore

Antiga cidade pesqueira, Punta del Este hoje é um dos destinos turísticos mais importantes do Uruguai. A cidade é conhecida por suas praias e resorts de luxo, e recebe milhares de turistas durante o período de férias. Este ano, a festa de Révillon será realizada em um dos pontos turísticos mais famosos da cidade, o Hotel Fasano. O evento promete ser uma celebração única, com shows, música e muita festa. Além disso, a cidade também oferece uma variedade de opções de lazer, desde passeios de barco até caminhadas nas montanhas. Para quem quer aproveitar ao máximo a estadia, a cidade oferece uma variedade de pacotes turísticos, incluindo passeios guiados e reservas de hotéis de luxo. A festa de Révillon em Punta del Este é um evento que não pode ser perdido por quem quer aproveitar ao máximo a estadia na cidade.



Hotel Fasano, em Punta del Este, oferece uma variedade de opções de lazer e hospedagem de luxo. A cidade também oferece uma variedade de pacotes turísticos, incluindo passeios guiados e reservas de hotéis de luxo. A festa de Révillon em Punta del Este é um evento que não pode ser perdido por quem quer aproveitar ao máximo a estadia na cidade.

para o verão e para o outono. O Hotel Fasano Punta del Este é um dos destinos turísticos mais importantes do Uruguai. A cidade é conhecida por suas praias e resorts de luxo, e recebe milhares de turistas durante o período de férias. Este ano, a festa de Révillon será realizada em um dos pontos turísticos mais famosos da cidade, o Hotel Fasano. O evento promete ser uma celebração única, com shows, música e muita festa. Além disso, a cidade também oferece uma variedade de opções de lazer, desde passeios de barco até caminhadas nas montanhas. Para quem quer aproveitar ao máximo a estadia, a cidade oferece uma variedade de pacotes turísticos, incluindo passeios guiados e reservas de hotéis de luxo. A festa de Révillon em Punta del Este é um evento que não pode ser perdido por quem quer aproveitar ao máximo a estadia na cidade.

Além de receber o prêmio de melhor destino turístico do mundo em 2018, Punta del Este celebra a virada de ano com uma festa de Révillon que promete ser a melhor da América Latina. A cidade uruguaia, conhecida por suas praias e resorts de luxo, recebe milhares de turistas durante o período de férias. Este ano, a festa de Révillon será realizada em um dos pontos turísticos mais famosos da cidade, o Hotel Fasano. O evento promete ser uma celebração única, com shows, música e muita festa. Além disso, a cidade também oferece uma variedade de opções de lazer, desde passeios de barco até caminhadas nas montanhas. Para quem quer aproveitar ao máximo a estadia, a cidade oferece uma variedade de pacotes turísticos, incluindo passeios guiados e reservas de hotéis de luxo. A festa de Révillon em Punta del Este é um evento que não pode ser perdido por quem quer aproveitar ao máximo a estadia na cidade.

Revillon em Punta del Este é um evento que não pode ser perdido por quem quer aproveitar ao máximo a estadia na cidade. A cidade oferece uma variedade de pacotes turísticos, incluindo passeios guiados e reservas de hotéis de luxo. Além disso, a cidade também oferece uma variedade de opções de lazer, desde passeios de barco até caminhadas nas montanhas. Para quem quer aproveitar ao máximo a estadia, a cidade oferece uma variedade de pacotes turísticos, incluindo passeios guiados e reservas de hotéis de luxo. A festa de Révillon em Punta del Este é um evento que não pode ser perdido por quem quer aproveitar ao máximo a estadia na cidade.

Para quem quer aproveitar ao máximo a estadia, a cidade oferece uma variedade de pacotes turísticos, incluindo passeios guiados e reservas de hotéis de luxo. Além disso, a cidade também oferece uma variedade de opções de lazer, desde passeios de barco até caminhadas nas montanhas. Para quem quer aproveitar ao máximo a estadia, a cidade oferece uma variedade de pacotes turísticos, incluindo passeios guiados e reservas de hotéis de luxo. A festa de Révillon em Punta del Este é um evento que não pode ser perdido por quem quer aproveitar ao máximo a estadia na cidade.

A festa de Révillon em Punta del Este é um evento que não pode ser perdido por quem quer aproveitar ao máximo a estadia na cidade. A cidade oferece uma variedade de pacotes turísticos, incluindo passeios guiados e reservas de hotéis de luxo. Além disso, a cidade também oferece uma variedade de opções de lazer, desde passeios de barco até caminhadas nas montanhas. Para quem quer aproveitar ao máximo a estadia, a cidade oferece uma variedade de pacotes turísticos, incluindo passeios guiados e reservas de hotéis de luxo. A festa de Révillon em Punta del Este é um evento que não pode ser perdido por quem quer aproveitar ao máximo a estadia na cidade.

Pane provoca falhas no registro de ocorrências em delegacias de SP

Atividade de coleta de dados em delegacias de SP

Uma nova atividade de coleta de dados em delegacias de polícia em São Paulo está causando problemas no registro de ocorrências. A atividade, que envolve a coleta de dados em delegacias de polícia, está causando falhas no sistema de registro de ocorrências. Isso está afetando a capacidade das delegacias de registrar e processar ocorrências, o que pode levar a atrasos e erros no registro de dados. Os responsáveis pelo sistema estão trabalhando para resolver o problema o mais rápido possível. Enquanto isso, as delegacias estão sendo orientadas a registrar as ocorrências manualmente para evitar falhas no sistema. A situação é preocupante, pois o registro de ocorrências é fundamental para a segurança pública e a investigação de crimes. Espera-se que o problema seja resolvido em breve, permitindo que o sistema volte a funcionar normalmente.

Figura 4 - Folha de São Paulo, 28/12/2018.

Se mencionan también tragos con óleos de cannabis, restaurantes reconocidos internacionalmente como La Huella, vitivinícolas a visitar, entre otros aspectos destacados por el periodista Roberto de Oliveira, a cargo del artículo, había viajado al destino turístico a través de invitación del hotel Fasano.

A fines de 2004 se leía una noticia en la víspera de la temporada estival, titulada “Ponta do Charme: Balneário uruguaio dividido por águas do oceano Atlântico e do rio da Prata acolherá 300 mil veranistas”²⁶. en este caso escrito por otra enviada especial, Margarete Magalhães, quien viajara por invitación del Mantra Resort Spa & Cassino Punta del Este. La sofisticación de un espacio de sociabilidad “exclusiva y excluyente” (TROCHÓN, 2017), no pierde vigencia a lo largo de una década y media en la que el territorio significado como Punta del Este atravesó un ostensible corrimiento desde su centro urbano hacia un entorno

²⁶ MAGALHÃES, Margarete. Geografia dá ar da graça em Punta del Este. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 9.dez.2004. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/fx0912200428.htm> Acceso: 4.ago.2020

geográfico que abarca novedosos restaurantes en el campo, bodegas escasas o poco atractivas en décadas anteriores, pueblos pesqueros que ni siquiera se vislumbran en un mapa como el impreso en aquella noticia de 2004 que apenas llegaba unos kilómetros antes, hasta Manantiales. La suntuosidad no se pierde como imagen del lugar, a pesar de transformarse sus componentes.

—

¿Qué sobresale en unas y otras imágenes construidas? El lujo permea múltiples “núcleos de sentido” (BARDIN , 1995, p. 105) en torno a una imagen internacionalizada que surge como persistencia imagético-discursiva recurrente, no exenta de mutaciones y matices en “unidades de contexto” (KRIPPENDORFF, 1990, p. 72), en tanto coyunturas que serán en adelante desarrolladas. Se acompañan énfasis en la sofisticación del lugar y un claro desplazamiento sobre los lugares en que sucede, de Los Dedos a José Ignacio, más allá del límite con Manantiales en el segundo y más antiguo reportaje. Esos desplazamientos reflejan un corrimiento sobre aquellos entornos de un área simbólica puntaesteña, demarcadores de status en mayor medida, para la mirada del turista (URRY & LARSEN, 2011). Las imágenes convergen pero con sus contrastes, al respecto se ahondará trascendiendo la arbitraria elección de dos ejemplos ilustrativos como los anteriores.

En el sector turístico, especialmente para el turismo de sol y playa, el lujo antes asociado a hoteles, fiestas, clubes y consumos de alto valor en servicios como la gastronomía o bienes como la vestimenta aún muestran continuidad; no obstante, tales expresiones en gran medida se han masificado (CROTTS, 2003) generándose nuevas vivencias turísticas que apelan a una mayor exclusividad y valor, orientándose el turismo de lujo a sensaciones de singularidad. Horwath (2011) remite a un lujo absoluto para quienes detentan un patrimonio elevado que permite consumo prácticamente sin condiciones; un lujo aspiracional para profesionales o empresarios con acceso a remuneración holgada; un lujo accesible que desean el lujo en sus vidas pero deben recurrir a sacrificios para alcanzarlo, cuando lo logran. Para el año del estudio sobre consumos de lujo aquí indicado, el primer grupo reunía al menos 30 millones de dólares en bienes financieros, el segundo al menos 1 millón, el tercero 100 mil dólares (ibid.).

En relación a lo anterior, Punta del Este estuvo asociado al primer y segundo grupo a lo largo del siglo XX. puede inferirse a través de fuentes como los estudios de Trochón (2017), con prevalencia para el segundo grupo. En futuras páginas, citas de prensa evidenciarán en

escenario de la crisis de 2001-2002 una búsqueda ferviente por atraer al segundo y tercer grupo respecto de *stakeholders* ligados a PdE. No obstante, se aprecia un proceso de consolidación del primer grupo luego de este momento, junto al segundo, disminuyendo la presencia y afán hacia el tercero, aunque puede ser encontrado en la zona balnearia. En ese sentido, se considera que en creciente tendencia “(...) *hoje em dia o viajante de luxo não busca ostentação, mas sim um sentimento de valor pessoal*” (BARRADAS, 2013; p. 48). El afán de exclusividad, status e imagen convive con el acceso a lugares y experiencias que transmitan una percepción subjetiva de bienestar. Mientras que Gilberto Velho (2013) encontró en las movilidades hacia la Zona Sur de Río de Janeiro una señal de “*vencer na vida*”, Punta del Este alude también a “*sinais de distinção*”. Aunque a su vez, según Velho (1989), se ha observado de forma concomitante la emergencia creciente de una “conciencia ecológica” que promueve una noción de “calidad de vida”, crítica de la vida urbana y una cultura psicológica dirigida a la búsqueda de bienestar interior. Estas valoraciones sobre dónde estar y cómo, pueden encontrar eco tanto en uno u otro punto puntaesteño como en formas diversas de vivenciar el área. No sólo el reconocimiento de otros, sino la percepción sobre lo vivido subjetivamente más allá de lo anterior, sitúan experiencias de vida y de movilidad.

“*Elementos como o luxo, o charme, o design, a arte (...) têm grande peso e importância para a afirmação de um destino turístico*” (BOTELHO, 2009, p. 25), se señala en indagación sobre la hotelería de lujo que, de tales alicientes se nutre y, presente en PdE, convoca miradas hacia sí y el balneario como se verá. Ello, desde Conrad a Fasano, desde una exclusividad para ver y ser visto entre iguales, y/o para el encuentro con sensaciones singulares, experiencias capaces de dotar de sentido o placer, esté o no presente lo anterior. Aunque, desde la mediación de propuestas neoexclusivas (HERNÁNDEZ, 2009), en las que la reserva para pocos de experiencias de alto valor, alta infraestructura, imbricadas en marcas y símbolos de calidad, justifican el estar ahí. Esta última tendencia irá en ascenso desde PdE y acompañada por la mirada brasileña, en un proceso de reflexividad turística que aúna anhelos y expectativas entre contrapartes del sector, en diálogo con un lujo globalizado que avanza en busca de su delimitación restrictiva a quienes puedan usufructuarlo (ORTIZ, 2019).

2.1.1. La infraestructura de hoteles y casinos, gastronomía, compras y espectáculos

El 17 de julio de 2022, el diario El País de Uruguay publicó una entrevista al gerente general de Enjoy Punta del Este (ex Conrad Punta del Este), donde afirma: “Nuestros huéspedes, principalmente, son brasileños (37%), argentinos (36%), uruguayos (entre un 12 y 14%) y después el resto de las nacionalidades”²⁷. Al tiempo que agrega que “ (...) en Saint-Tropez, Cannes o Niza cuando se habla de Uruguay se hace referencia a Punta del Este”, mientras remite a las expectativas de una oferta de alto lujo sobre el destino uruguayo, para lo cual el Hotel Enjoy surge, de acuerdo al entrevistado, como un actor clave que representa asimismo al principal empleador privado del departamento de Maldonado.

“Since the earliest days of modern tourism this interface between land and sea has been at the heart of the tourist experience”, señala Swartbrooke (2020, p. 133). A partir de la conformación de urbanizaciones turísticas en el encuentro entre el continente y el mar, la práctica del turismo encontró uno de sus escenarios predominantes. En los mismos, a través de los años *“(...) infrastructure grew up to accommodate those who loved vacationing by the sea, and this included hotels, restaurants, amusement parks and attractive promenades”* (p.134). Al mismo tiempo, el ambiente costero se adecuó a la práctica de deportes náuticos, a la realización de espectáculos y a una recepción usualmente masiva de visitantes.

Esto último, a partir de localidades pesqueras, portuarias o arenales despoblados cuyo borde marítimo se vio reconfigurado al reconocerse un potencial productivo capaz de dotar de relevancia a territorios periféricos²⁸, que adquieren una excitante vida cosmopolita en meses de alta temporada y una quietud o “hibernación” durante las bajas temporadas, habitualmente

²⁷ SOARES NETTO, Raúl. “En un mundo que retrocede, Uruguay avanza con crecimiento”, afirma el gerente general de Enjoy Punta del Este. El País [online], Uruguay, 17.jul.2022 Disponible: <https://www.elpais.com.uy/negocios/noticias/mundo-retrocede-uruguay-avanza-crecimiento-afirma-gerente-general-enjoy-punta.html> Acceso: 18.jul.2022

²⁸ Para Gormsen (1997), el turismo en entornos costeros se desarrolló históricamente en una progresión que consolidó una primera periferia desde fines del siglo XVIII, próxima a grandes urbes europeas, como ejemplifica Brighton respecto de Londres. Luego, una segunda periferia que demandó superar distancias mayores alcanzando a trascender fronteras nacionales, como sucede en los viajes hacia la Costa Azul desde múltiples países del viejo continente, o el desplazamiento desde ciudades centrales de USA hacia Florida. Para llegar a una tercera periferia de consagración en el tiempo a partir de la segunda mitad del siglo XIX, de distancia mayor, tal como ejemplifica la costa mexicana o Hawái para USA. Una cuarta periferia desde el hemisferio norte, incluye desde Bali a Machu Piccu, así como Río de Janeiro o Punta del Este, menciona el autor en tanto destinos alternativos para europeos que, tal como reconoce el autor, concentran sus flujos en sus países respectivos y con vecinos. Un análisis histórico desde América del Sur requiere redimensionamientos otros a partir de la historia regional, para el caso PdE con atención en una periferia propia uruguaya - platense que adquiere resonancia, para luego extenderse como periferia para el turismo desde Brasil.

(GORMSEN, 1997). La infraestructura constituida en tales áreas, ha resultado decisiva junto a un proceso de circulación de imágenes y aspiraciones sobre las mismas, la cual junto a diversos elementos confluyen en “(...) la urbanización del inhóspito paisaje conformado por arenales, puntas rocosas y pinares”, que adquiere “una búsqueda espectacularidad” (CAMPODÓNICO & DA CUNHA, 2009, p.618)

Para el caso de Punta del Este podemos relevar la centralidad de su hotelería como espacio de sociabilidad preeminente, el cual convive progresivamente con turistas residenciales que adquieren casas, apartamentos y chacras en complemento pero no dejan de visitar las salas de juego de algunos hoteles, sus restaurantes de u otros centros de gastronomía disociados de centros de hospedaje, así como centros de espectáculos y eventos en diversos casos también localizados en aquellos hoteles, entre otros espacios (CAJARVILLE, 2022; TROCHÓN, 2017; ZORZI & CAMPODÓNICO, 2019). El paisaje local de arena, bosque y mar ambienta a tales recintos, los cuales a su vez pasan a componer el paisaje urbanizado y las formas de habitarlo.

2.1.1.1. Hoteles

La inauguración del Copacabana Palace no dejaba espacio a dudas: el barrio pasaba a ocupar un lugar estratégico en el mapa de la elegancia y sofisticación carioca, constituyéndose como la más perfecta escenificación del encuentro de la civilización moderna y la pujante naturaleza tropical. La construcción del hotel no fue la única expresión de los nuevos tiempos: hacía parte de una serie de producción de imágenes y discursos, que hacía del barrio el lugar natural de la elegancia (O'DONNELL, 2014, p. 12).

El epígrafe de este apartado introduce a la dimensión constitutiva de la vida balnearia, material y simbólica, que las infraestructuras hoteleras alcanzan a significar. Especialmente, aquellas que destacan por resultar pioneras, innovadoras o de gran porte en términos de las amenidades ofrecidas. Ya sea en la Costa Azul, la Zona Sur carioca o la Costa Atlántica uruguaya. En Punta del Este, el Hotel de Pedro Risso recibió turistas por primera vez en 1889, una aventura que dio resultado en el entonces poblado Ituzaingó; mientras que en 1907, el Biarritz Hotel traería el lujo y el confort a la zona, acompañarían el British Hotel, en 1910, y el Gran Hotel España, en 1911 (CAIRO, 1994). De aquel entonces a esta parte, en gran medida los hoteles han servido de nodos de encuentro desde sus instalaciones asociadas a la gastronomía, al juego (casinos) y espectáculos varios. Asimismo, han delineado las formas de habitar el balneario.

El Hotel Casino Punta del Este inaugurado en 1938, luego denominado Nogaró, aproximó a los veraneantes de la Playa Brava, algo antes inusual. La inauguración del señorial Hotel San Rafael, en 1948, y previamente la urbanización circundante, reforzaron aquella incipiente opción oceánica. En 1996, se leía en FdSP que “*À noite, muitos arriscam a sorte no San Rafael, principal hotel e cassino da cidade. Ou frequentam os vários bares e danceterias da avenida Gorlero (centro) e do bairro La Barra*”, según retrataba un corresponsal del periódico con el artículo “*Cidade é vedete turística no rio da Prata*”²⁹. El Hotel Playa sería un ejemplo de hotel de capas medias, hoy demolido y vuelto edificio de apartamentos; otros hoteles contemporáneos al antes nombrado situado en el barrio San Rafael, como por ejemplo el Hotel L’Auberge³⁰ de media escala, sobreviven a la fecha. A partir de 1997 sería eclipsado aquel gran hotel en en cita dada la inauguración de otras infraestructuras hoteleras y de juego. Su casino cerraba entonces, además de sufrir luego los embates de la crisis de 2001 que lo llevarían de cinco a tres estrellas (TROCHÓN, 2017). Fue entonces que inauguró el Resort y Casino Conrad, actual Enjoy:

(...) con trescientas dos habitaciones (veinticuatro lujosas suites y una costosa presidencial que costaba dos mil dólares la noche), playa de estacionamiento para quinientos automóviles, cinco restaurantes, seis bares, dos piscinas -una de ellas cubierta-, una galería comercial, un Health Club, canchas de tenis y un centro de convenciones con capacidad para cuatro mil personas). Punta del Este entraba en una nueva etapa (TROCHÓN, 2017, p. 384).

La oportunidad de alcanzar estándares de alta exigencia en materia de confort global, la consagración del modelo hotelero sostenido sobre la práctica del juego, los eventos y cada vez más rigurosas *amenities* complementarias, llevaron a un salto en el edén oriental. En similar modelo, el Hotel Mantra - luego redenido Cipriani - intentaría emular aquella apuesta hacia La Barra, promoviendo nuevos corrimientos costeros de la alta hotelería. El lujo como opción de consumo estuvo al alcance de un número mayor de personas, al menos contó con más plazas capaces de expandir el acceso a “ser parte” de un *glamour*, que en los noventas se encontraba finamente delineado, en sintonía con Las Vegas, integrado al clásico maridaje menemista de pizza con *champagne*. La década de 1990, a través de fenómenos como el aumento del poder de consumo debido a la convertibilidad argentina, condujo a una

²⁹ BARTABURU, Xavier, Cidade é vedete turística no rio da Prata, turismo Folha de São Paulo [online], São Paulo, 12.ago.1996. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1996/8/12/turismo/17.html> Acceso: 3.ago.2020.

³⁰ “*Em uma destas alamedas que cortam um denso bosque de pinheiros, é que fica o hotel L’Auberge, certamente o mais charmoso da cidade*”. Se informa en: PEREIRA, Sergio Luiz. Entregue-se aos prazeres sofisticados de Punta. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 20.abr.1995. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1995/4/20/turismo/18.html> Acceso: 20.set.2020.

ampliación del consumo de capas sociales medias ascendentes y altas que aspiraron a materializar su nueva posición a través del viaje y el gasto ostensivo (HERNÁNDEZ, 2009).

Un fenómeno equivalente podría apreciarse posteriormente desde Brasil, desde otros matices, para un proceso que el autor define como “neoxclusivismo”, por contraste a la masificación anterior del turismo y un primer momento eminentemente exclusivista (ibid.). El balneario uruguayo encontró expresiones de una y otra manifestación en diferente grado, así como su sobreposición. Los bordes atlánticos de la costa maldonadense captaron progresivas atenciones desde la década de 1930, desde un giro hacia la Playa Brava (litoral este). Tras esa avanzada, en 2004 y 2010 abrirían sus puertas respectivamente los hoteles VIK y Fasano, afincados sobre la rusticidad del campo y el oceánico mar esteño, lejos de la centralidad urbana puntaesteño. Sobre su influjo, entre otras tantas incidencias, José Ignacio emergía desde hacía un tiempo como nueva centralidad de una costa en constante corrimiento hacia lo inexplorado. Estos dos hoteles atlántico-campestres, al igual que el modelo Conrad sostuvieron su oferta de estadia en base a vivir experiencias, la diferencia radicaba en las particularidades de las mismas.

Mientras un perfil de visitante optaba por certámenes de póker y *shows* estelares, otro lo hacía por un centro ecuestre o *beach club*, un campo de polo o una *boat house*. También, el mismo turista, podía transitar según su momento vital o alguna de las dimensiones de su ser, entre ambas modalidades. La propuesta de los primeros usualmente distaba un público acotado, en entornos reservados, lejos de los holofotes, dirigidos en gran medida a un turista cuya primera lengua no es el español. Un retorno al lujo discreto, tal vez. O, inclusive, “alto lujo”, según denominan los brasileños, particularmente relacionados a su cadena nacional Fasano, que ha permitido una llamativa adhesión a un emprendimiento que, previo a su lanzamiento, tuvo un centro de ventas en la Avenida Paulista. Igualmente, similares esfuerzos emprendió Conrad-Enjoy con una agencia en el centro comercial de Brasil, vuelos chárter y programas televisivos consignados a proyectar suntuosidad.

En tanto a fines de la década de 1990 el Hotel San Rafael iniciaba su ocaso, perdía el permiso para su sala de juegos mientras se inauguraba el Hotel Conrad con una propuesta casino remozada. Surgiría a principios de 2000 el Hotel Cipriani, replicando el modelo Conrad. Poco después, a lo largo de la década, se instalan los hoteles VIK y Fasano llevando PdE más al este y al interior, sin depender del juego para su sustento, así como apelando a un público

cada vez más internacional. Otros hoteles de alta categoría tales como Jean Clevers, Don, Grand, entre otros, se instalarían. Algunos edificios, como la Trump Tower, a su vez, aunque sin el cometido de los hoteles, también cumplirían un rol de servir de infraestructura ícono con marca propia que refleja el status del balneario. A continuación, se ahonda al respecto.

2.1.1.1.1. El hotel Casino, de Conrad a Mantra: Las Vegas en Punta

Resultado de um investimento de US\$ 150 milhões, o Conrad Resort, em Punta del Este, tem o primeiro cassino privado do Uruguai. No estilo Las Vegas, o cassino tem 63 mesas de jogo para bacará, roleta, blackjack, pôquer e sete e meio. Conta ainda com mais 450 máquinas caça-níqueis. Você pode comprar fichas para os jogos do cassino com reais, e algumas máquinas aceitam dólar. Quem não sabe jogar aprende na hora. Há vários instrutores espalhados por todo o cassino para encaminhar o visitante aos jogos. Decorado com obras de Carlos Paez Vilaró, o Conrad Resort possui 5 restaurantes e 6 bares. O hotel também terá quadras de tênis, sauna, academia de ginástica e duas piscinas. Há ainda áreas para que os hóspedes pratiquem esportes náuticos ou cavalgadas. Quando for completamente inaugurado, em outubro, o hotel terá 302 quartos. Todos voltados para o mar. Hoje, funcionam 57. Terá também uma sala para espetáculos, o Show Room, com capacidade para 450 pessoas. Estão programados espetáculos de tango, shows de astros da música pop e lutas de boxe. Mercosul Os argentinos ainda dominam a ocupação do balneário. Segundo o governo, anualmente mais de 1,5 milhão de turistas saem da Argentina para visitar Punta del Este. Os brasileiros não passam de 150 mil, mas esse número vem crescendo. O aeroporto internacional, em reforma, deve ser reinaugurado até o final deste ano³¹.

La singularidad uruguaya de contar con salas de juego, algo impedido por la legislación brasileña, dota de un atractivo particular al balneario que, mediante la inversión privada del Hotel Conrad inaugurado en 2007, encontró un modelo que apostó a competir con Las Vegas y Montecarlo. Esa singularidad, de por sí es blanco de discusiones en Brasil y de miradas hacia un Uruguay que promueve esta práctica hasta cierto punto elitizada³².

³¹ DE OLIVEIRA, Roberto. Iniciativa privada entra no jogo. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 4.ago.1997. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1997/8/04/turismo/29.htm> Acceso 4.ago.2020

³² “Aposta de risco. Câmara e Senado estão dispostos a quebrar o tabu e votar a legalização do jogo no país. O lobby conta com apoio de líderes do governo e da oposição. «O sujeito sai daqui para gastar horrores em cassinos em Punta del Este», diz um deputado favorável à proposta.

LO PRETE, Renata. Aposta de risco. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 23.mar.2009 Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc2303200901.htm> Acceso: 4.ago.2020.

“Continuem levando seus milhões de dólares para Las Vegas, Assunção, Cancún, Buenos Aires, Punta Del Este, ó brasileiros fanáticos e atávicos!”

DE MENDONÇA, Orlando Antonio. Bingos. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 19.set.2009. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/paineldoleitor/secaodecartas/626176-senadores-obesidade-desigualdade-crise.shtm> Acceso: 2.dez.2020 Carta aos leitores

“O ministro não esclareceu se há uma demanda do setor de turismo para a empreitada –mas, para ele, o sucesso de cassinos em países como o Uruguai a justificaria: «No hotel Conrad [em Punta del Este], o cassino é a principal praça, e saem de São Paulo três voos lotados para lá por semana»”.

Uma agência especializada - nos moldes das que levam a criançada à Disney só que voltada para o público adulto que adora fazer sua fezinha em cassinos- acaba de ser criada no Brasil: a Planet Players.

Direcionada para o turismo de entretenimento, a empresa representa hotéis e cassinos de diversas cidades do mundo, como Atlanta, Las Vegas, Aruba, Sun City e Punta del Este.

"A maior parte dos grandes eventos, como shows, lutas e musicais, acontece em cassinos. Não é um lugar apenas para jogadores", diz Ivo Quattrucci, diretor da Planet Players. A empresa é representante exclusiva do Conrad Resort & Casino, de Punta del Este, no Brasil³³.

En 1997 la inauguración del Hotel Conrad será continuada por su mención en diferentes reviews sobre PdE, con foco en su casino y eventos, que se compenentran con la imagen de Punta del Este y la refuerzan. Brasil pasa a responder al lugar, preparándose. La imagen de esta noticia muestra a PdE insertándose en un circuito global, con pie en Brasil.

POR DENTRO DE PUNTA DEL ESTE

Cidade faz suas apostas em novo cassino

ROBERTO DE OLIVEIRA

envia-lo especial a Punta del Este

Ainda, Punta del Este, que há cerca de 11 km da capital do Uruguai, Montevideo, é conhecida pelas luzes dos cassinos.

Essas instalações no balneário de Punta del Este não são apenas para quem gosta de apostar, o turista também pode aproveitar a oportunidade para ir ao banco, mesmo que não

seja por uma fortuna. Os cassinos são lugares cheios de cores. Há um ar festivo, para milhar, e um ambiente de glamour, de o visitante resolver jogar, porém, deve manter um olho na carteira e outro na conta bancária.

Com suas praias banhadas pelo oceano Atlântico pelo rio da Plata, Punta del Este não é apenas um balneário voltado para o turismo de férias, como se acreditam alguns.

Mesmo com o inverno, que, para a felicidade de muitos, está ameaçado este ano, visitar o balneário é uma aventura marcada principalmente pela tranquilidade e pelo conforto.

Em meses de insegurança, Punta, como é chamada intimamente pelos visitantes, é extremamente segura.

Logo após passar pela imigração no aeroporto, ainda um pouco lento, o contato com essa serenidade se dá na entrada da cidade.

O visitante irá perceber que as praias brasileiras são muito mais bonitas que as do Uruguai.

Mas, nesta época, isso é de menos. As garotas e as esculturas moldadas pelas pedras criam uma atmosfera envolvente na orla do balneário uruguayano.

Nos bairros tradicionais, próximos ao mar, predominam a arquitetura no estilo mediterrâneo.

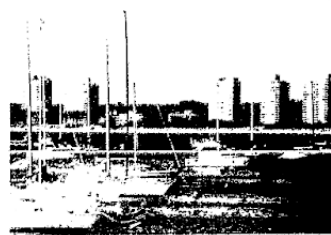
Muros

Na medida em que o visitante perambulava pelo interior do balneário, vai deparando com pequenos vilarejos e casas no estilo europeu.

Punta nasceu no fim do século 18 como um posto de defesa do Departamento (divisão administrativa do Uruguai) de Maldonado.

No balneário, não há muros separando uma residência da outra. Muito menos aqueles portões eletrônicos que isolam os moradores, comuns em residências de luxo em São Paulo.

Há bairros em Punta onde predomina uma casa por quarteirão,



Vista de Punta del Este, balneário atraente também durante o inverno

Tem 870 moai esperando por você. Isso é que é recepção calorosa.

Rapa Nui
Desde US\$ 1.669

Anakena
Desde US\$ 1.439

Hanga Roa
Desde US\$ 1.569

Ilha de Páscoa

LanChile
A Linha Aérea do Chile

Consulte seu Agente de Viagens ou as Operadoras Especializadas

NORTUR STARSHINE SULAMERICA DESIGNER

257-6133 259-2088 283-0200 223-3799

com amplos e bem cuidados jardins. Um desses lugares é o bairro Beverly Hills.

É aconselhável fazer uma caminhada pelo balneário para poder conhecê-lo melhor, sentir sua intimidade, entrar em sintonia.

A pequena população, que não ultrapassa 7.000 habitantes, é simpática e acolhedora. Brasileiros, argentinos, europeus, norte-americanos. Todos são bem-vindos.

Carapuceño

Outro ponto digno de visita é a Casapuceño, que compreende o hotel, antiga moradia do padre uruguayano Carlos Paz Vilero, construída por ele e por nativos.

Uma das paisagens mais belas que se recarda em Punta.

Depois do passeio, vale a pena ir a um bom restaurante, que pode ser o tradicional churrasco uruguayano a cubinitas francesa, e se difícil com uma boa refeição e o cenário vindo produzindo no Uruguai.

Nesta época do ano, os preços dos pratos são acessíveis, assim como as despesas diárias.

Um bom lugar para comer e apreciar é a barra de Maldonado, antigo reduto de pescadores, hoje um dos pontos mais badalados do balneário. Mas habitação mesmo se acontece no verão.

Roberto de Oliveira e Patrícia de Sá são repórteres da Folha de São Paulo e do jornal O Estado de São Paulo. E-mail: roberto@folha.com.br

Iniciativa privada entra no jogo

do enviado especial

Resultado de um investimento de US\$ 150 milhões, o Conrad Resort, em Punta del Este, tem o primeiro cassino privado do Uruguai.

No estilo Las Vegas, o cassino tem 65 mesas de mesa para a roulette, blackjack, poker e sete e cinco e ainda ainda com mais 190 máquinas de slot machines.

Vale a pena lembrar também para os jogadores o casino com rede, e o games machine e a vitória de 100.

Quando não estiver jogando, há uma barra de bebidas e um bar. Há várias atrações, especialmente para visitar Punta del Este. Os brasileiros não passam de 150 mil, mas esse número vem crescendo.

De olho no turista do Mercosul, o governo uruguayano está investindo US\$ 2 milhões para atrair visitantes no próximo verão. Principalmente para Punta del Este.

O aeroporto internacional, em reforma, deve ser reinaugurado até o final deste ano. (R)

Figura 5 - Folha de São Paulo - 4/08/1997.

PARA ATRAIR visitantes, ministro do Turismo defende jogos de azar. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 29.oct.2015.

Disponível: <https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2015/10/1699621-para-atrair-visitantes-ministro-do-turismo-defende-jogos-de-azar.shtml> Acesso 2.dez.2020.

³³ OPERADORA ESPECIALIZADA em cassinos quer derrubar mitos. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 4. ago. 1997. Disponível: Acesso: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/fx040830.htm>

En 2004, una de los habituales breves periodísticos de Mônica Bergamo en *Ilustrada*, indica: *“O hotel Conrad, de Punta del Este, acaba de receber o prêmio de melhor hotel-cassino da América do Sul, entregue na semana passada pela revista “Brasil Travel News”*”³⁴. Meses después ese mismo año, se informaba que *“(…) supervisionado pelo brasileiro Felippo Pedrinola, o spa do resort é um dos melhores da América Latina. Integra um seleto grupo de 48 spas da rede Leading (representante de hotéis de luxo em todo o mundo)”*³⁵. El único spa latinoamericano en esa lista se localizaba en un *“suntuoso edifício de 17 andares, no centro de Punta, e o cassino funciona 24 horas”*, con *“uma programação regular de shows com artistas famosos. Já se apresentaram lá neste ano as brasileiras Gal Costa, Zélia Duncan e Roberta Miranda”*. A fines de ese año, en la sección Turismo, también se informa que *“Conrad encerra ciclo de torneios de tranca”*, en tanto *“de 21 a 25/11, acontece o último Torneio de Tranca Caribenho promovido pelo hotel. O pacote de quatro noites com aéreo custa US\$ 615 por pessoa, com pensão completa. Inclui city tour por Punta del Este e por Montevideú e visita a uma adega”*. Un posible acuerdo o invitación mediada parece da señales de sostener estas publicaciones, que se vuelven una forma de mostrar al balneario.

En 2013, Bergamo también informaba que *“(…)após reforma de R\$ 20 milhões, o Conrad Resort, em Punta del Este, inaugura seu novo cassino na sexta, com show de Ringo Starr”*³⁶. Tales imágenes reminiscencias de un opulento escenario, son corroboradas al acceder a la propia proyección de sí que el Hotel ha ofrecido en su portal institucional. Una “indisoluble unión entre playa, juegos de azar y sociabilidad” han compuesto las imágenes de Punta del Este, plantean Da Cunha y Campodónico (2009, p. 619). Ello permanece, nutriendo la proximidad del mar con las salas de juego y una agenda llamativa de eventos de gran porte como el antes citado, así como otros de menor escala para la sociabilidad. Aunque, el movimiento propio de las imágenes de destino ampliará repertorios.

³⁴ BERGAMO, Mônica. Curto Circuito. Folha de São Paulo. 13 abr. 2004. Recuperado: 20/02/21. Disponible en: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq1304200409.htm>

³⁵ MAGALHÃES, Margarete. Resorts são "experts" em cassino e em spa. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 9.dez.2004. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/fx0912200430.htm> Acceso: 2.dez.2020.

³⁶ BERGAMO, Mônica. EX-MINISTRO CASA FILHA EM FESTAÇÃO DE DOIS DIAS. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 22.nov.2013. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrada/140081-monica-bergamo.shtml> Acceso: 2.dez.2020

Al acceder a la antigua web de Conrad se registran segmentos como Hotel, Casino, Gastronomías, Servicios y Eventos en un año como 2005³⁷, una división que en años posteriores pasa a diversificarse en Espectáculos y Centro de Negocios, OVO y SPA. Con el titular “¡Bienvenidos al Paraíso de América del Sur!”, en 2011 se lee la siguiente presentación del hotel:

Ubicado en el corazón del balneario más exclusivo de Sudamérica, a tan solo 15 minutos del Aeropuerto Internacional en Playa Mansa, frente a la Isla Gorriti.

Conrad Punta del Este Resort & Casino es un espectacular Resort que cuenta con un flamante casino estilo Las Vegas, único en la región, ubicado estratégicamente al este de Argentina, a solo 35 minutos de Buenos Aires por avión, y al sur de Brasil, a 2 horas y media de São Paulo.

El espectacular edificio cuenta con 294 habitaciones de las cuales 41 son suites. Todas las habitaciones cuentan con una terraza abierta desde donde se tiene una hermosa vista del océano Atlántico.

Cinco restaurantes de cocina Mediterránea y de la Costa del Sudeste, un Business Center, uno de los centros de convenciones más grandes de la región, una piscina exterior, un spa, una piscina interior y dos canchas de tenis completan la oferta de servicios del Hotel.



Figura 6 - Portada del sitio electrónico de Hotel Conrad, 2013³⁸.

El ex Hotel Conrad, en su nueva denominación - Enjoy Punta del Este - , se presenta en 2022 a su casino como “(...) centro de entretenimiento líder na América Latina”³⁹, a la vez que invita a vivir “(...) *experiências únicas no seu exclusivo cassino, conhecido pela magnitude de seus prêmios, torneios e oferecer infinitas propostas no ano todo*”. Al presentar una sala reservada de póquer exclusiva para un número restringido de jugadores, informa su posicionamiento internacional:

³⁷ CONRAD. 15. jun. 2005. Disponible en: <https://web.archive.org/web/20050615015518/http://www.conrad.com.uy/>. Acceso: 23/08/2022.

³⁸ CONRAD. 04, abr.. 2011. Disponible en: <https://web.archive.org/web/20130404111938/http://www.conrad.com.uy/2011/index.aspx> Acceso: 05/07/2022.

³⁹ ENJOY. 05, jul, 2022. Disponible en: <https://www.enjoy.cl/#/punta-del-este/casino> Acceso: 05/07/2022.

O Resort & Casino ícone da região, consolida-se como o Póquer Clube da América Latina e recebe grandes torneios internacionais como World Series Of Poker (WSOP), Brazilian Series Of Poker (BSOP), Latin American Poker Tour (LAPT), Grande Final Milionária com mais de USD 2 milhões em prêmios, aliás do World Poker Tour (WPT), e do Latin American Poker Championship (LAPC).

Al describir su oferta como centro de juego, el liderazgo en América Latina y su inserción global desde un lugar icónico en la región. El hotel casino ha diversificado a lo largo del tiempo su oferta en una creciente diversidad de servicios ajenos, “(...) *it begins to draw players who look for a holistic experience that encompasses gaming, and these non -gaming services become a decisive factor in choosing a traveling destination*” (BRYANT & WALKER, 2010, s/p). Encontrar un nicho que los vuelva competitivos ha sido el desafío dada su proliferación global, la exclusividad de Conrad/ Enjoy en proveer un modelo de casino estilo Las Vegas en América del Sur, en entorno accesible y dirigido a público de alto poder adquisitivo con amenidades que sustenten su desplazamiento por tierra y aire, supone su continuidad.



Figura 7 - Pie de página del sitio electrónico de Hotel Conrad, 2011⁴⁰

Esta última figura evidencia, ha actuado no sólo desde PdE sino desde oficinas en Buenos Aires y São Paulo, durante su fase inaugural hasta el fin del período aquí estudiado que coordinan eventos de juego, desplazamientos y difusión. Las imágenes promovidas dialogan con un público brasileño que en la excepcionalidad del acceso a salas de juego, espectáculos con celebridades internacionales, arquitectura, servicios y entorno ligados al lujo encuentran condiciones de recepción para viajar desde una imagen que ello ofrece, así como condiciones de paquetes de viajes, conexiones y otros elementos. “Bienvenido al placer, bienvenido a lo exclusivo”, surge como contrapuesta a la vez que complementaria de cuánto se verá a continuación.

⁴⁰ CONRAD. 24. abr. 2011. Disponible en: <http://www.conrad.com.uy/2011/hotel.aspx> Acceso: 10/07/2022.

2.1.1.1.2. Hoteles de campo y mar desde Fasano a VIK: La Toscana en *Punta*

El giro hacia el bosque vislumbrado en 1930 cuando se inicia la proyección del Barrio San Rafael y acercamiento a playa Brava antes no visitada. Tras aquella década se afianza un leve corrimiento de la península puntaesteña hacia la costa atlántica desde urbanizaciones jardín y el atractivo de los hoteles San Rafael, San Marcos, *L'Auberge*, El Campanario, entre otros; siendo el primero de los aquí nombrados también casino y centro de eventos, con más de 140 habitaciones. A fines de 1990, Conrad Punta del Este se concentró en el centro urbano del balneario en sector nodal de acceso a la península, costa atlántica y costa platense sobre la que se sitúa. La llegada de un tercer alojamiento casino de alta categoría como el Hotel Mantra trae propuesta de casino, spa y eventos a La Barra, localizándose sobre el perímetro de esa área urbana balnearia entre el bosque y litoral oceánico.

Hotel Fasano Punta del Este

Veja as fotos do Hotel Fasano Punta del Este



21.dez.2016 às 15h54 Atualizado: 22.dez.2016 às 2h00

1 / 5 Hotel Fasano Punta del Este



À direita, os bangalês do Fasano Las Piedras, em Punta del Este, no Uruguai. Divulgação.

Figura 8 - Folha de São Paulo, 21/12/2016⁴¹

Será recién el Hotel Fasano Las Piedras que traería una propuesta de jerarquía hotelera localizada en un entorno rural, a la vez que al localizarse a 10km de La Barra contribuirá con una tendencia progresiva de giro hacia el litoral este, consolidando una nueva selecta forma de experimentar PdE desde su “alto lujo” distante de un estridente halo *bling* al decir de Horwath (2011). El PdE de la década de 1990 dio paso lo sutil frente a lo estruendoso, podría

⁴¹ Hotel Fasano Punta del Este. 21.dez.2016. Folha de São Paulo [online], São Paulo, Disponible: <https://fotografia.folha.uol.com.br/galerias/48305-hotel-fasano-punta-del-este#foto-591689> Acceso: 20 jun. 2019.

señalarse especialmente a para la década de 2010, sin abandonar coexistencias diversificadas para públicos hasta cierto grado heterogéneos. Algo evidenciado en FdSP dado el arribo a PdE de Fasano, una empresa de capitales brasileños, al respecto de lo que se ahondará más adelante. El nuevo proyecto será anunciado por el periódico desde sus primeros pasos en 2008, para luego acompañar cada etapa de su desarrollo. Para esa fase inicial, en la sección *Mercado* se lee:

*O grupo Fasano vai investir US\$ 100 milhões na construção de um hotel e 205 vilas nas proximidades de Punta del Este, no Uruguai. O lançamento do empreendimento está previsto para ocorrer no início de 2009, informou a assessoria de imprensa do Fasano em São Paulo. (...) Na área, o grupo vai construir um hotel pequeno e luxuoso, de 20 quartos, 205 vilas e um complexo com campo de golfe e futebol, instalações para atividades de hipismo e ginásio.*⁴²

La sofisticación será mostrada y narrada, desde aquel primer momento de anunciación del proyecto: *“Uma das designers mais badaladas de Buenos Aires, Laura O., será responsável por grande parte do mobiliário do novo hotel Fasano, em Punta del Este. Ao lado de peças garimpadas em antiquários portenhos, suas criações completarão o projeto assinado por Isay Weinfeld”*⁴³. Semanas después se anuncia que *“O prédio onde por décadas funcionou o restaurante Fasano, na rua Haddock Lobo, nos Jardins, vai se transformar no showroom de um novo empreendimento que a construtora JHSF está construindo em Punta del Este”*⁴⁴.

Las publicaciones al respecto se tornan recurrentes⁴⁵, desde una cuidada comunicación que subraya las señales de distinción del emprendimiento; en tal sentido, tanto la localización geográfica en un entorno con un capital simbólico de alto status, como es el caso PdE, la referencia a diseñadores y arquitectos de prestigio, así como a patrocinadores de renombre surgen como atributos de marca que indican de forma certera el acceso a un círculo social

⁴² GRUPO FASANO vai investir US\$ 100 mi em turismo no Uruguai. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 20.jul.2008. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2008/06/414519-grupo-fasano-vai-investir-us-100-mi-em-turismo-no-uruguai.shtml> Acceso: 12.dez.2020

⁴³ BERGAMO, MÔNICA Pombo-correio. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 26.jul.2008 Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2607200807.htm> Acceso 12.dez.2020

⁴⁴ BERGAMO, Mônica. MAQUETE. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 2.set.2008 Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq0209200807.htm> Acceso: 20.set.2020

⁴⁵ GRUPO FASANO vai investir US\$ 100 mi em turismo no Uruguai. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 20.jul.2008. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2008/06/414519-grupo-fasano-vai-investir-us-100-mi-em-turismo-no-uruguai.shtml> Acceso: 12.dez.2020

FASANO INVESTIRÁ US\$ 100 mi no Uruguai . 21 jun 2008. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/dinheiro/fi2106200817.htm> Acceso: 10/07/21.

privilegiado, tal como se señala desde Horwath(2011) respecto de la construcción del lujo como objeto de consumo. Fasano, para su producto Las Piedras, según se denomina a su instalación sobre Camino Egusquiza en el departamento de Maldonado, se nutre de la imagen de categoría del balneario uruguayo, a la vez que desde su marca traslada a la misma su repertorio simbólico.

En tal sentido, la singularidad de la primera incursión de *JHSF Participações* fuera de Brasil a través de este emprendimiento hotelero, garantiza acceso a su tradición en hospitalidad, alta calidad ligada a un alto precio que la tona privativa, selectividad de ubicación de su red⁴⁶, habilidad y experiencia, así como la antes referida imagen consagrada de sofisticación, recurriendo también a Horwath (2011). FdSP pondrá en evidencia tales aspectos de esta nueva infraestructura de hospedaje en PdE, desde un ejercicio confluyente de puesta en circulación de la imagen del hotel junto a la del balneario; un ejercicio de espejos favorable a uno y otro, así como un esfuerzo de recategorización de PdE hacia un “alto lujo” superior a aquel asociado hasta la llegada de este emprendimiento, ligado a un modelo de hotelería, casinos, espectáculos y playa conjugado a la imagen del Hotel Conrad, así como a otras previamente sedimentadas. Asimismo, en diálogo con Anholt (2010), ha de considerarse no sólo el esfuerzo de atribuir significados atractores más amplios, diversos, ricos para la imagen de PdE sino que, aquellas imágenes en curso logran darse a conocer a un mayor número de personas de públicos brasileños potenciales, además de fidelizarse en otros que identificaban sus trazos.

En 2010, al tiempo que se divulga en la sección turismo que “*O hotel Fasano São Paulo acaba de ser escolhido o "melhor hotel da América Latina" em uma votação realizada pela revista "Condé Nast Traveler"*”, es decir, en la revista por excelencia del turismo de lujo, se anuncia en seguida la “*data de abertura do hotel Fasano Las Piedras, em Punta del Este, no Uruguai: 26 de dezembro. Com projeto do arquiteto Isay Weinfeld, o local deve contar com um campo equestre e spa (www.fasano.com.br)*”⁴⁷. La noticia no tenía a PdE como foco, la mención resulta un apéndice de su desarrollo, no obstante, conduce a mirar la zona balnearia en diálogo con las miradas consagradas hacia la experiencia Fasano, de forma tan o más

⁴⁶ Sobre la cual se insiste en su criteriosa selección de localizaciones al interior de ciudades como Sao Paulo, Río de Janeiro y Boa Vista, junto a planes en difusión de emplazamiento en destinos como Bahía y Trancoso. Así como la proyección a futuro de su internacionalización, con planes de arribo en PdE, Miami y Nueva York. Ello será retomado por FdSP, tratándose más adelante.

⁴⁷ REVISTA ELEGE Fasano SP como o melhor. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 21.out.2010. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/fx2110201014.htm> Acceso: 20.set.2020

efectiva como un artículo dedicado eminentemente al destino esteño. Es éste un contexto singular de difusión de Punta del Este en interrelación con São Paulo. A partir de la propuesta de instalación de Fasano Las Piedras, Punta del Este pasa a ser objeto de mención en la separata *São Paulo* del periódico Folha⁴⁸; es decir, pasa a ser un asunto paulista, en la revista a color en circulación los días domingos junto al periódico. Fenómeno sobre el que se profundizará.

Artículos en FdSP menores pero germinales de un proceso de reverberación de la imagen de PdE, a través de referencias indicativas sobre la existencia de Las Piedras en la localidad uruguaya, se vuelven frecuentes. Tal como ocurre en la publicación "*Dona de spa do hotel Fasano prepara internacionalização*"⁴⁹, realizada en 2010 desde la sección *Mercado*, además de notas diversas sobre *JHSF Participações* las cuales no dejan de hacer notar aspectos como que: "*Os hoteleiros de superluxo vivem uma fase excepcional. O Fasano abre no dia 26 uma unidade em Punta del Este, no Uruguai, e até 2012 deve inaugurar hotéis em Salvador e Trancoso, na Bahia*"⁵⁰. La misma frase se repite, literalmente, en otras publicaciones⁵¹ en las cuales el "*superluxo*" de la cadena hotelera representa un objeto central. No deja PdE de ser parte de la lista de destinos de lujo, que transubstancia Fasano⁵² sobre los territorios en los que confluye su radicación, así como viceversa estos sobre la marca de servicios de hospitalidad.

En artículo de la revista de diseño y tendencias *Serafina* de FdSP se lee que el "(...) *publicitário Mario Cohen é pioneiro entre executivos que viraram agricultores*"⁵³, a lo que se

⁴⁸ ZONTA, NATÁLIA. Um olhar inédito sobre hotéis paulistanos de superluxo. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 6.dez.2010. Disponible:

<https://www1.folha.uol.com.br/saopaulo/841502-um-olhar-inedito-sobre-hoteis-paulistanos-de-superluxo.shtml>
Acceso: 20.set.2020

⁴⁹ JUNIOR, Cirilo. Dona de spa do hotel Fasano prepara internacionalização. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 20.jun.2010. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/mercado/me2006201019.htm> Acceso: 20.set.2020

⁵⁰ ZONTA, Natália. Hotéis de SP apostam em "paparicos" para atrair mais hóspedes. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 5.dez.2010. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/cotidian/ff0512201022.htm>
Acceso: 20.set.2020

⁵¹ ZONTA, Natália. Um olhar inédito sobre hotéis paulistanos de superluxo. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 6.dez.2010. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/saopaulo/841502-um-olhar-inedito-sobre-hoteis-paulistanos-de-superluxo.shtml>
Acceso: 20.set.2020

⁵² WIZIACK, Julio. Rompimento de Fasano com chef refilete mudanças na alta gastronomia de SP. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 8.ago.2012. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/comida/2012/08/1133476-rompimento-de-fasano-com-chef-reflete-mudancas-na-alta-gastronomia-de-sp.shtml> Acceso: 20.set.2020

⁵³ TRINDAD, Elianee. Publicitário Mario Cohen é pioneiro entre executivos que viraram agricultores. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 28.jul.2012. Disponible:

agrega su testimonio de que “(...) *foi com um banho de azeite de oliva que o publicitário Mario Cohen fez o seu batismo como produtor rural no Uruguai. Em 2005, quando extraiu os primeiros cinco litros da plantação de oliveiras em Lobos*”. Lo cual se afirma tras remontarse a su historia de vida, en la que se destaca su rol gerencial en TIM y Telecom, así como en la dirección comunicacional de Globo y su rol al frente del Auditorio Ibirapuera, su no menor matrimonio con la actriz de telenovelas Carolina Ferraz, entre otras vicisitudes, se agrega una descripción de su residencia en particular ubicación. “*A família vive em uma construção de pedra, no estilo rústico chique, vizinha do Fasano Las Piedras, inaugurado há três anos*”. La construcción discursiva envuelve en la distinción de su protagonista, su historia de vida y las elecciones vitales que ha tomado respecto del este uruguayo.

En destacado artículo de publicación previa, probablemente asociado a la entrevista recién citada, titulado “*Paulistanos invadem Punta neste verão*”, se señala respecto de Cohen:

Ex-diretor da Globo, Mario diz que a imagem de Punta que chegava a SP o deixava triste. "Era a do cassino Conrad, do pessoal que joga, do Amaury Jr.. Agora, esse perfil mudou", conta. "Tem uma nova imigração de gente bacana".

Otro perfil de visitantes, que inclusive alcanzan a ser residentes, marcan la impronta de una nueva ola brasileña que encuentra a Cohen como embajador de la nueva imagen, al estilo de un *brand-ambassador*. En él se cimenta una imagen que, tal como se ha señalado, redefine, amplía e inclusive desafía imágenes anteriores en complementariedades o embates simbólicos entre un lujo espectacularizado desde el juego, la ostentación, entre otros. Se proponen imágenes de un lujo que en categorizaciones de Horwath (2011), se aleja de lo “bling” o estridente, desde un lazo con el ambiente de apariencia estrecha, ligado a una autenticidad mayor, sostenible en su carácter distante de un masificado hotel casino como el arriba citado.

La “*parte «Toscana» do balneário*”, según lo antes narrado en el texto “*Paulistanos invadem Punta neste verão*”, adquiere pertinencia todo el año en términos de motivaciones para el viaje más allá del usual período estival. “*Punta fica vazia no inverno, mas aqui no hotel é campo. É como ficar em Campos do Jordão*”. Al referirse a aquella región de praderas italianas, así como cuando se alude a un distanciamiento del modelo Las Vegas, operan ostensibles lógicas de “transubstanciación simbólica” (BOURDIEU, 2002), a través de la cual se desplaza reconocimiento, así como significados ligados a prácticas y discursos, además de

<https://www1.folha.uol.com.br/serafina/2012/08/1127785-publicitario-mario-cohen-e-pioneiro-entre-executivos-que-viraram-agricultores.shtml> Acceso: 20.set.2020.

valor simbólico. Una constante al construir imagen de destinos. En el texto de divulgación antes referido se lee también:

(...) além da já batida fama de balneário luxuoso e dos cassinos, outros motivos têm arrastado uma legião de paulistanos não só para se hospedar, mas para comprar propriedades por ali: segurança, sol (sem chuva!), a proximidade de SP e um novo hotel Fasano, que se instalou por lá há um mês⁵⁴.

Más allá de las imágenes que Fasano o Conrad evocan y asocian a PdE, así como viceversa, estos emplazamientos se ofertan como infraestructuras hoteleras en funcionamiento los 365 días del año. Lo cual confluye junto a otros elementos recién mencionados, a imaginar PdE como un destino más allá del verano. Entornos paisajísticos y condiciones óptimas de alojamiento permiten traslucir otros atributos tales como la seguridad, e inclusive la posibilidad de residir, provocando a estar en un sitio a la altura de una alta exigencia.

A pesar de la preeminencia de los meses veraniegos, Uruguay ha adquirido relevancia como un destino de feriados a lo largo del año para brasileños, especialmente desde desplazamientos multidestino Montevideo - Colonia - Punta del Este, tal como se argumentará en el capítulo 3. Estos y otros hoteles han contribuido a fomentar la movilidad aérea con SP, tras esfuerzos con agencias de viaje y de vuelo, así como acciones gubernamentales. Lo que se articulan con esfuerzos retóricos hacia un poder estar todo el año en PdE desde el Sudeste de Brasil, desde donde las facilidades son menores frente al cercano Sur, lo cual a través de una reiterada presencia mediática se ha gestado por diversos agentes como los aquí mencionados.

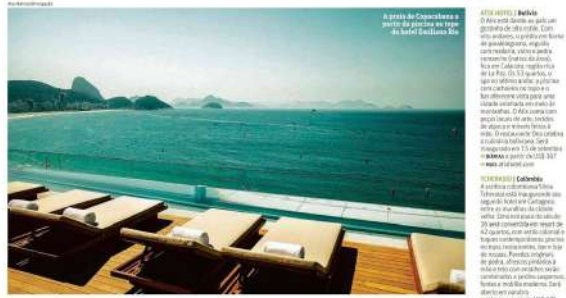
La calidad de la hotelería, su sofisticación evocada de forma reiterada, confluyen sobre los procesos antes descritos. El artículo titulado “*Muy Ricos*”⁵⁵, en setiembre de 2016, informa que:

A popularidade da América do Sul como destino turístico continua a aumentar, e diversos hotéis de luxo estão sendo inaugurados ou investindo em reformas em todo o continente. Veja abaixo uma seleção de oito endereços, do Uruguai à Colômbia.

En la versión impresa del diario, se destaca una imagen del Hotel Fasano Las Piedras de Punta del Este indicando Brasil y Uruguay, al igual que sucede en su equivalente versión digital.

⁵⁴ KÜCHLER, Adriana. Paulistanos invadem Punta neste verão. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 30.jan.2011. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/saopaulo/867626-paulistanos-invadem-punta-neste-verao.shtml> Acceso: 6.fev.2021.

⁵⁵ WALSH, Nora. 8 hotéis de luxo que vão abrir as portas na América do Sul. NEW YORK TIMES via Folha de São Paulo [online], São Paulo, 1.set.2016. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/asmais/2016/09/1808835-8-hoteis-de-luxo-que-vaio-abrir-as-portas-na-america-do-sul.shtml> Acceso: 10.nov.2020



A praia de Copacabana e parte da piscina ao tecto do hotel Salsinha Bay.

EXCURSÃO | Peru
O Equador e o Peru seguem a tendência de serem os dois países mais procurados para férias de fim de ano. Segundo o site de reservas de viagens, o Peru tem sido o destino mais procurado para férias de fim de ano, com o Equador em segundo lugar.

HOTEL | BRASIL | Rio de Janeiro
O hotel Salsinha Bay, em Copacabana, é um dos hotéis mais procurados para férias de fim de ano. O hotel oferece uma piscina ao tecto com vista para a praia de Copacabana.

ATENDIMENTO | Peru
O Peru tem sido o destino mais procurado para férias de fim de ano. O país oferece uma combinação de paisagens deslumbrantes e cultura rica.

ATENDIMENTO | Argentina
A Argentina tem sido o destino mais procurado para férias de fim de ano. O país oferece uma combinação de paisagens deslumbrantes e cultura rica.

HOTEL | BRASIL | Rio de Janeiro
O hotel Salsinha Bay, em Copacabana, é um dos hotéis mais procurados para férias de fim de ano. O hotel oferece uma piscina ao tecto com vista para a praia de Copacabana.

MUY RICOS

Veja uma seleção de hotéis de luxo que serão abertos na América do Sul, do Uruguai ao Equador, com arquitetura histórica ou contemporânea



Projeto mostra como será o novo prédio com o nome do hotel Futuras Las Playas, na região de Punta del Este (Uruguai).

TIC-TAC
10 DIAS DE DESCONTO
10x SEM JUROS!
EM PRODUTOS SELECIONADOS

DRILAND TOTAL 3 suites Hospitalidade em: Internacional Páris Desert, reposte para os portais no Universal Orlando Resort e Hollywood Horror Nights. Suíte de luxo, com 2 camas. Aparto em: R\$ 1.781	PUNTA CANA 4 suites Hospitalidade em: Caribe Punta Cana com all inclusive e traslado de aeroporto. Suíte de luxo, com 2 camas. Aparto em: R\$ 1.180
SANTIAGO 3 suites Hospitalidade em: HAVANA Cuba Santiago com all inclusive, traslado de aeroporto e voo de ida e volta. Suíte de luxo, com 2 camas. Aparto em: R\$ 956	HEROSTAR PIRAJÁ DO FORTE 4 suites Hospitalidade em: Nordeste Praia de Faro, com all inclusive e traslado de chegada e saída. Suíte de luxo, com 2 camas. Aparto em: R\$ 2.359

Você e a Agaxtur mais próximos de você nos principais shoppings de todos os SP ao consultar seu agente de viagens.

11 3067-0900
agaxturviagens.com.br

AGAXTUR
VIAGENS

Figura 9 - Folha de São Paulo, 01/09/2016.

as mais

The New York Times

8 hotéis de luxo que vão abrir as portas na América do Sul

NORA WALSH
DO "NEW YORK TIMES"

01/09/2016 02h00

Compartilhar



OUVRIR O TEXTO

Mais opções

A popularidade da América do Sul como destino turístico continua a aumentar, e diversos hotéis de luxo estão sendo inaugurados ou investindo em reformas em todo o continente.

Veja abaixo uma seleção de oito endereços, do Uruguai à Colômbia.

Brasil e Uruguai | FASANO



Projeção mostra o novo prédio de suítes do hotel Fasano Las Piedras, na região de Punta del Este

O Fasano Las Piedras, em La Barra, no Uruguai, acrescenta dez suítes aos bangalôs de Isay Weinfeld. Projetadas por Carolina Proto, as novas unidades ficam em um edifício contemporâneo, com saguão a céu aberto e lareira. Será

Figura 10 - Folha de São Paulo, 01/09/2016.

En 2016, en la sección Turismo del periódico, el enviado especial Naief Haddad, escribe en FdSP bajo el titular “*Fasano reabre hotel no balneário de Punta del Este, no Uruguai*”⁵⁶. A los 32 bungalows inaugurados en 2010 se sumaron 10 cuartos, diseñados por una discípula del renombrado arquitecto del proyecto original Isay Weinfeld, una *gaúcha* radicada en Uruguay, Carolina Proto. Ello, en un área denominada Locanda que continúa los trazos distintivos de la apuesta anterior, a la vez que evidencia un favorable resultado que devino en esta expansión.

Além da área do hotel, a propriedade inclui 56 lotes para casas. Ao todo, são 480 hectares, o equivalente a 480 campos de futebol. Só o campo de golfe, à disposição de hóspedes e moradores, ocupa 40 hectares. Outros atrativos são as lagoas, o spa, o centro equestre e as quadras de tênis.

Não é surpresa, porém, que a joia da coroa seja o restaurante Fasano, sob o comando do chef Zé Branco, 57, que já conduziu as cozinhas da Trattoria, em São Paulo, e das unidades do Gero, no Rio. No cardápio, nada supera o cordeiro, que fica por mais de sete horas no forno.

A lo cual se agrega: “*Evidentemente, tudo isso tem um custo. Alto, como a colina sobre a qual repousa a Locanda*”.

⁵⁶ HADDAD, Naief. Fasano reabre hotel no balneário de Punta del Este, no Uruguai. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 22.dez.2016. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2016/12/1843448-fasano-reabre-hotel-em-punta-del-este.shtml> Acceso: 10.nov.2020

A fin de enmarcar las imágenes antes introducidas, ha de considerarse cuanto el Hotel Fasano Las Piedras, proyecta sobre quienes tras acceder al periódico analizado desean conocer el emprendimiento el cual se presentaba poco antes de su ampliación , en 2014, como un emprendimiento que “(...) *alia a elegância rústica do campo uruguaio com a descontração e charme de Punta del Este*”. Mientras que anuncia un campo de golf “(...) *integrado com a natureza exuberante da região e projetado por Arnold Palmer «junto a uma praia privativa» com apoio de bebidas e comidas, perfeita para praticar esportes náuticos, além da pesca*”, a la cual se accede mediante embarcación del emprendimiento desde el Arroyo Maldonado lindero. Su campo ecuestre y de polo, complementan.

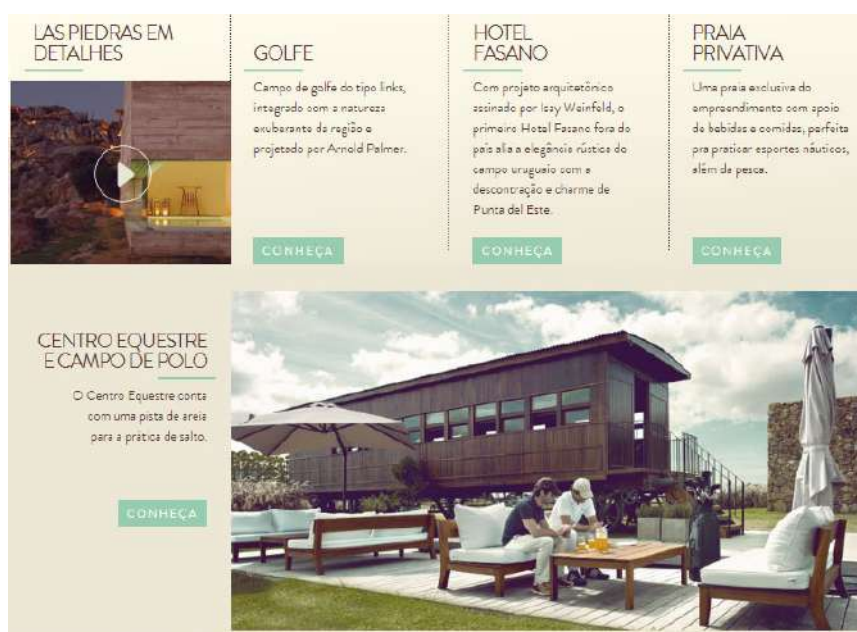


Figura 11 - Portada del sitio electrónico del Hotel Fasano Las Piedras, 2014⁵⁷

En aquel entonces se presentaba el “conceito” del hotel como “(...) *um empreendimento inédito em Punta del Este*” en un predio de 480 hectáreas donde “(...) *os freqüentadores podem usufruir a animada vida noturna de Punta del Este, alternando com momentos de tranqüilidade e privacidade encontrados em uma propriedade de campo*”⁵⁸. Entre Punta del Este, La Barra y José Ignacio, donde pueden comprarse terrenos de 5.000 metros cuadrados con vista al campo y lagos, así como a la puesta de sol.

⁵⁷LAS PIEDRAS em detalhe. 20 ago. 2014. Disponible: <https://web.archive.org/web/20141220125451/http://www.laspiedrasfasano.com/> Acceso: 20/08/22.

⁵⁸Las Piedras Fasano, Conceito. Disponible: <http://www.laspiedrasfasano.com/pt/empreendimento/conceito/> Acceso: 20/08/22.

En 2022 se anuncia su nueva propuesta de *Real Estate*: “Prepare-se para a nova fase do Fasano Las Piedras, o empreendimento mais completo de Punta del Este com novos lotes, residências, villas e estâncias, e uma pista de pouso internacional exclusiva”⁵⁹. Mientras se presenta su *Championship Golf Course* “(...) assinado por Arnold Palmer”, el clásico hotel⁶⁰, el parador Beach Club sobre La Barra y el centro ecuestre. En sección amenities, aparte de lo anterior, se ofrecen campo de polo “(...) assinado por Nacho Figueiras” en un usual ejercicio de transferencia de status, *river club* y *boat house* sobre el Arroyo Maldonado, *country club*, spa y *academia* (gimnasio), campo de fútbol, *tiro ao prato*, *Las Piedras Farm* como experiencia con animales para niños y *Kids Club*. Además de tres diferentes restaurantes.

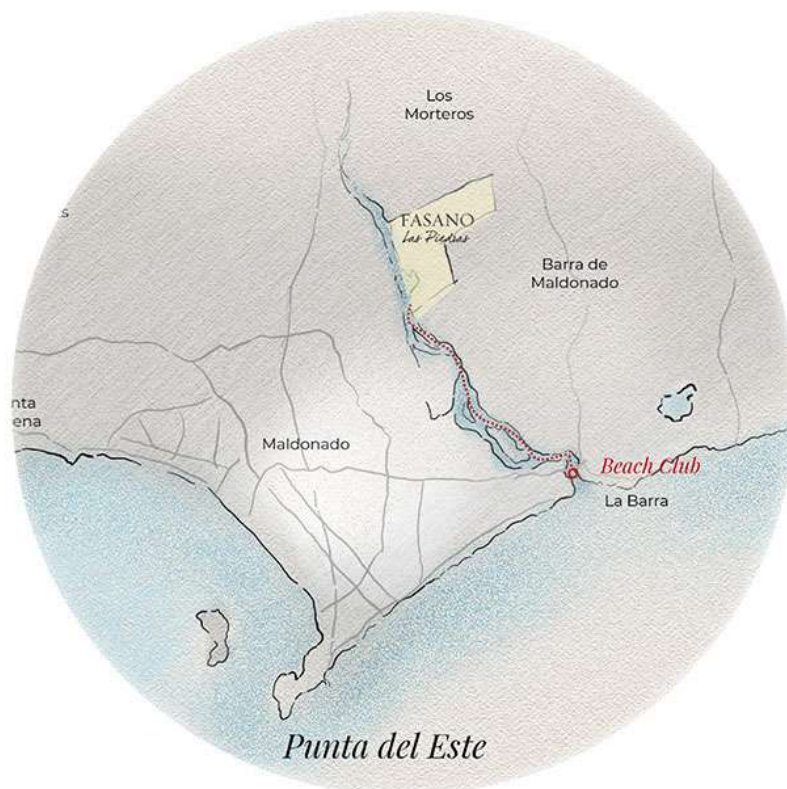


Figura 12 - Mapa de localización en sitio electrónico del Hotel Fasano Las Piedras, 2022.

⁵⁹ LAS PIEDRAS Fasano. Disponible: <http://www.laspiedrasfasano.com> Acceso: 20/08/22.

⁶⁰ “A expansão internacional da marca Fasano iniciou-se em 2010 com a inauguração do Hotel Fasano Punta del Este, no Uruguai. A região de La Barra, em Punta del Este, foi o cenário escolhido para o premiado projeto arquitetônico de Isay Weinfeld, que ocupa uma área preservada de 490 hectares e privilegia a integração entre o campo e o mar. Depois de passar por um processo de ampliação, o hotel retomou suas atividades com a Locanda Fasano, projeto de Carolina Proto, arquiteta brasileira radicada em Punta del Este, com 10 novos apartamentos e suítes em complemento aos 20 bungalows já existentes na propriedade. A Locanda está inserida junto ao icônico Restaurante Fasano, que reserva uma vista deslumbrante da propriedade e da natureza, e conta com novas áreas de lazer, como lounge, piscina, solarium e bar”.

LAS PIEDRAS Fasano, Conceito. Disponible: <http://www.laspiedrasfasano.com/pt/empreendimento/conceito/> Acceso: 20/08/22.

La oferta de emprendimientos de elevada categoría como Fasano, VIK, Setai, Garzón u otros sobre el Municipio de San Carlos y el Municipio de Garzón, a 20 o 40km del litoral atlántico del departamento de Maldonado, aluden a una “nueva era” de la actividad turística (ÁNGELO, 2019). La cual ofrece experiencias exclusivas, personalizadas y lejanas de la masividad urbana de aquellas propias del modelo Resort y Casino ofertado por el Hotel Conrad/Enjoy, o inclusive parcialmente por Mantra/Cipriani. La imagen puntaesteña comulga a través de estos servicios mencionados en el presente párrafo, así como opciones altamente calificadas de localización u oferta intermedia entre lo urbano y lo rústico tales como los hoteles The Grand, Don, Jean Clevers, L’Auberge, Club Hotel Casapueblo, Club del Lago Hotel, Las Cumbres, Solanas Vacation, Barradas, entre otros, a partir de imágenes de exclusividad que colocan al destino en circuitos de lujo.

2.1.1.1.3. Otras nuevas ofertas de lujo y hotelería

¿Qué sucede con otros hoteles de alta categoría? Su mención en FdSP resulta notoriamente inferior a la de Fasano, Conrad/Enjoy e inclusive Mantra/Cipriani. No obstante, en diálogo con las transformaciones en los servicios de hospitalidad en un destino como PdE, se encuentran menciones a otras ofertas, especialmente entre ofertas de paquetes de viaje. Tales otras opciones, resultan convergentes con tendencias contemporáneas de servicios hoteleros de alta categoría en los que se suele ofrecer “(...) *tempo, privacidade, exclusividade, personalização, detalhe, surpresa em relação às expectativas, cultura turística e experiência única*” (MANGORRINHA, p.129, 2014).

“O hotel *The Grand*, frequentado por brasileiros em Punta del Este, atingiu a primeira colocação no ranking do *TripAdvisor*”⁶¹ se informó en 2015, en notas breves de la columna social de la periodista Mónica Bergamo, para un hotel de “*alto luxo*” sobre la Playa Brava *puntaestenha*, en los márgenes del centro urbano sobre la playa, de menor escala frente al Conrad y distando del énfasis en la campaña de Fasano. Ejemplo de una diversificación de las opciones de alto lujo desde sus servicios, su arquitectura, la vista de sus habitaciones, restaurante de cara al mar, entre otros elementos que en el último año se amplían a sala de eventos y otras amenidades. Ejemplifica una oferta hotelera a la altura de la exigencia de

⁶¹ BERGAMO, Mônica. CURTO-CIRCUITO. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 2.jul.2015. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/monicabergamo/2015/07/1650450-governo-denuncia-adesivo-com-ofensa-sexual-a-dilma-ao-ministerio-publico.shtml> Acceso: 10.nov.2020.

élites brasileñas y globales, para un área balnearia que fortalece su direccionamiento a tales públicos.

Além do Fasano, o outro hotel mais exclusivo da região está nos arredores de José Ignacio e se chama Estadia Vik. Este rancho criador de gado de 1.400 hectares, inaugurado em 2008 pelo empresário norueguês Alexander Vik, é uma espécie de casa-museu, com obras dos mais famosos artistas contemporâneos uruguaios nos quartos e nos espaços comuns⁶².

A la par de la apuesta de Fasano está VIK, dirigido a un público europeo y norteamericano principalmente, aunque frecuentado también por brasileños. Su menor presencia en la prensa paulista aquí estudiada, a pesar de su alta categoría, se presume ligada a otras vías de comunicación, la preferencia de un público del hemisferio norte y escasos esfuerzos de promoción con un medio relevante en Brasil como FdSP, a diferencia de las correspondencias e intereses notorios de Fasano dado su alto potencial publicitario dada la significación de su marca en el país de la que es originaria. De hecho, la cita recién indicada no deja de mencionar este último hotel mientras se ahonda sobre VIK. La presencia de este último transcurre especialmente en anuncios de paquetes de viajes, en menciones sobre dónde se hospedan viajeros. No se cuenta con artículos que tengan como foco dicho hotel, o donde éste adquiera protagonismo. Un dato relevante consiste en que a través de medios argentinos como LN si se encuentran tales referencias en varias oportunidades, lo cual se expresará en el capítulo 5.

A modo de encuadramiento, a lo antes señalado puede agregarse una revisión somera de la plataforma electrónica de *Virtuoso*, un consorcio de hoteles, agencias y operadores mundiales de más alta categoría, al igual que su competidor, *Zicasso* (GARCÍA-CARPINTERO, 2016). Ambas enuncian ofertar opciones de “*luxury travel*”. Mientras la segunda no incluye a Uruguay entre sus destinos, sí lo hace la primera, con especial consideración al destino *José Ignacio* como *top destination* en el país, así como al Hotel VIK y Fasano como propuestas en PdE, a lo que se suma el Carrasco Sofitel en Montevideo. El país surge como destino de cruceros en las dos ciudades antes nombradas. Se proponen, además, Itinerarios dedicados al litoral sur uruguayo, como alternativamente también vinculados a Argentina y a Brasil pueden encontrarse, al momento de consultar⁶³. En complemento a lo antedicho, cabe agregar que en

⁶² COSTA LESTE uruguia se consolida como destino de milionários. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 15.feb.2012. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2012/02/1048510-costa-leste-uruguia-se-consolida-como-destino-de-milionarios.shtml> Acceso: 10.nov.2020

⁶³ VIRTUOSO. Luxury Travel. Disponible en: <https://www.virtuoso.com> Acceso: 12/12/2020.

los últimos años *VIK* José Ignacio fue colocado en el tercer puesto de mejores *resorts* del mundo, para lista elaborada por la revista *Condé Nast Traveler* (2017), también referencia del segmento de viajes de lujo.

En síntesis, las imágenes evocadas por FdSP sobre PdE a través de la hotelería, remite al acceso a círculos sociales selectos desde un marco estilo Las Vegas a otro estilo Toscana, con base en ambas alusiones simbólicas complementarias; ello en tanto el turista que se hospeda en Conrad realiza un tour en la campiña próxima a Las Piedras, así como tal vez visita sus restaurantes, además de que el huésped de este último potencialmente pueda transitar por eventos, restaurantes o salas de juego del hotel casino. Tales hoteles, las condiciones de posibilidad para el turismo que suscitan y las imágenes que permiten vehicular desde medios como FdSP y otros, demuestra diversificación de la oferta de posibilidades de práctica del turismo, ampliando el atractivo local según se infiere, para un público brasileño y especialmente paulista que ve mediada su vivencia del balneario vía alojamientos al no ser propietario. A diferencia de una gran cantidad de argentinos con una historia de turismo residencial y propiedades propias o de allegados en el destino, tal como resulta evidente a quienes transitan por el área y, a su vez, advierte enfáticamente la historiadora Yvette Trochón (2017).

2.1.1.2. Gastronomía de *La Posta del Cangrejo* a *La Huella*

Las imágenes que proyectan los artículos en FdSP de corte gastronómico, remiten a una confluencia entre cosmopolitismo, internacionalismo en la cocina a través de varias nacionalidades de comensales y cocineros, platos sofisticados, entre otros. En 1997, el corresponsal Roberto de Oliveira, publicaba en la sección Turismo de FdSP:

O cardápio do La Posta del Cangrejo traz as sugestões da chefe, uma discípula de Paul Bocuse. Ana Maria trabalhou muito tempo em restaurantes da França (...). Os músicos Paul Simon, Ringo Starr e Júlio Iglesias já estiveram por lá. O ator Omar Sharif também provou e aprovou a culinária de Ana Maria. O hotel La Posta del Cangrejo funciona ainda como espaço para reuniões e eventos empresariais dentro de programas voltados para o Mercosul⁶⁴.

Habitual resulta encontrar en la sección *Comida* de FdSP a Punta del Este como integrante de la lista de mejores restaurantes latinoamericanos a través de La Bourgogne o el parador La

⁶⁴ DE OLIVEIRA, Roberto. Culinária do balneário é desafio a dietas. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 4.ago.1997. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1997/8/04/turismo/30.html> Acceso: 12.nov.2020.

Huella, desde que el 50 Best América Latina surgiera en 2013⁶⁵. En la mayoría de los años, desde entonces, se divulga esta lista con especial destaque para los emprendimientos gastronómicos paulistas junto a la enumeración completa. En las reiteradas alusiones a este “Óscar de la gastronomía” no ha destacado FdSP los galardonados uruguayos, siempre puntaesteños, no obstante la mención reiterada de la lista naturaliza las apariciones de PdE como un nodo de la alta gastronomía latinoamericana.

Más cerca en el tiempo, a inicios de la década de 2010, la “(...) *abertura do festival Punta del Este Food & Wine, no Fasano em Punta (fasano.com.br), com participação de Kamilla Seidler, do boliviano Gustu, entre outros chefs*”⁶⁶ era mencionada,. Lo sería más de una vez en momentos posteriores a su realización, remitiendo a Punta del Este no sólo como espacio de restaurantes y bares, sino como lugar de tránsito, confluencia, experimentación y pasaje de profesionales del área. Un lugar de pasaje, que suma valor a las trayectorias de quienes se aproximan al área. Tales atractivos turísticos gastronómicos, de acuerdo al informe *Hacia nuevos productos turísticos regionales - Región Este* (ÁNGELO et al., 2020), no sólo promueven y cadenas productivas en un marco de economía creativa, sino que también sugieren “espacios de autenticidad” (p. 57) en ejemplos locales que integran diseño, insumos locales y recreación así como también traspoleable a eventos internacionalizados como el anterior.

Punta del Este aparece en rutas internacionales de alta gastronomía, chefs como Gastón Yelicich son anunciados en São Paulo como incorporaciones de restaurantes paulistas de alta gama, informándose su pasaje previo por PdE⁶⁷. Así como a la inversa también, a través de

⁶⁵ 2019 A CASA do Porco desbanca D.O.M. e é o melhor do Brasil no 50 Best da América Latina. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 10.out.2019. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/comida/2019/10/a-casa-do-porco-e-o-melhor-restaurant-do-brasil-no-50-best-latino-americano.shtml> Acceso: 12.out.2020

2014 CENTRAL, DO Peru, é eleita a melhor casa da América Latina; confira o ranking. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 3.set.2014. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/comida/2014/09/1510348-peruano-central-e-eleito-o-melhor-restaurant-da-america-latina-confira-a-lista.shtml> Acceso: 12.out.2020

CONHEÇA OS dez melhores restaurantes da América Latina. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 5.set.2013. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/comida/2013/09/1337054-conheca-os-dez-melhores-restaurantes-da-america-latina.shtml> Acceso: 20.out.2020.

2013

⁶⁶ PASTELZÃO DE BELÉM. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 8.out.2014. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/comida/189509-picadinho.shtml> Acceso: 2.fev.2021

⁶⁷ SP RECEBE a primeira casa de cozinha regional da América do Sul. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 9.jan.2013. Disponible:

desplazamientos desde Brasil, se remite a circuitos cosmopolitas que FdSP ilustran tránsitos sobre el balneario esteño y los círculos sociales que permean al mismo:

Francesco Carli, chef do restaurante Cipriani do Copacabana Palace (RJ) desembarcou em Punta del Este (Uruguai) para participar de um festival gastronômico. A cidade, em tempos quentes, é reduto de brasileiros e argentinos. Até domingo, Carli vai apresentar sua cozinha italiana no restaurante St. Tropez, do Hotel Conrad, o mais badalado e sofisticado da cidade.

El turismo cada vez más valoriza experiencias *gourmand*, aquellas asociada al conocimiento y disfrute gastronómico, una apuesta por la exclusividad y la alta cocina (COSTA 2012); el lujo gastronómico atribuye status, dándose una correspondencia simbólico-gastronómica entre el deseo, la estética y el status (ibid.). La globalización de esta práctica contribuye a unificar tendencias, así como singularizar propuestas, algo que junto con lo anterior PdE logra y un medio FdSP permite proyectar.

Ya sea encontrándose resaltado PdE en tales redacciones o, dándose menciones al pasar, no deja de esta presente eventualmente, así como tampoco lo que evoca su marca, su imagen. Por otra parte, al tiempo que se menciona ese cosmopolitismo gastronómico puntaesteño, se recalca al destino como reducto de argentinos y brasileños en una construcción de imagen como lugar también del país del norte, ya no sólo de argentinos.

O festival acontece até 28 de fevereiro, custa US\$ 90 e traz mais oito chefs de hotéis da Itália e França, que se apresentam a cada semana. Entre eles estão celebridades de Paris como Michel Roth, do hotel Ritz, que ganhou o Bocuse D'Or em 91, e Bernard Guilhaudin, do La Tour d'Argent⁶⁸.

Tal como se lee en la nota *Chef carioca leva sua cozinha a Punta del Este*, un artículo sobre la participación de un chef brasileño en un concurso de gastronomía ilustra cómo Punta del Este se localiza en Uruguay y allí reúne a argentinos y brasileños, en un entorno que a su vez convoca ocasionalmente a nombres selectos de la gastronomía internacional. Y así, otros chefs como Miguel D'Agostin también les vale ser destacado en su historial un pasaje por Punta del Este, en señal de distinción e internacionalización para su trabajo en São Paulo⁶⁹.

La gastronomía del lugar genera agenda en Brasil y tiene proyección internacional. A su vez, reúne a nombres del mundo, a la vez que evidencia presencia de Brasil y/o demuestra una conexión tangible desde PdE, creando y proyectando la imagen de una Punta cercana para

<https://www1.folha.uol.com.br/comida/2013/01/1211775-sp-recebe-a-primeira-casa-de-cozinha-regional-da-america-do-sul.shtml> Acceso 4.feb.2021.

⁶⁸ COUTO, Cristiana. Chef carioca leva sua cozinha a Punta del Este. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 15.jan.1999. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq15019921.htm> Acceso: 4.feb.2021.

⁶⁹ FUGAZZETA PASSA a servir cortes de carne argentinos feitos na parrilha. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 1.mar.2013. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/comida/2013/03/1239260-fugazzeta-passa-a-servir-cortes-de-carne-argentinos-feitos-na-parrilha.shtml> Acceso: 4.feb.2021.

quienes llegan del país norteno. En tan sentido, respecto del restaurante *Medio y Medio*, en 2013 FdSP consideró oportuno informar sobre los artistas que musicalizan sus cenas:

Neste ano, o convidado brasileiro é Ivan Lins, que se apresenta em 10 de fevereiro, em um palco que já recebeu de Fito Paez a Hermeto Paschoal. O uruguaio Jorge Drexler e o sexteto Escalandrum -que tem como líder o neto de Astor Piazzolla, Daniel- foram algumas das outras atrações desta edição 2013, artistas que já tocaram em janeiro⁷⁰.

La imagen proyectada por un influyente medio como FdSP, encuentra eco en la agenda estival del *Festival Medio y Medio* que anualmente convoca artistas brasileños, tales como el ejemplo de Lenine y María Gadú en el verano de 2022, tras la pandemia, o Chico César y Paulinho⁷¹ previamente en 2020, así como otra vez Lenine. Artistas argentinos y uruguayos completan la agenda anual, que refleja los tres grandes perfiles de veraneantes.

Por otra parte, FdSP trae al consagrado chef argentino Francis Mallman cuya trayectoria se forjó en José Ignacio y Garzón, en zona de influencia puntaesteña. En 2012 exploró una experiencia transitoria de cocinar en el balneario más suntuoso de Brasil, según el periódico indicó: *“Mallmann está em Trancoso, na Bahia, tocando uma filial de seu concorrido restaurante Los Negros, em Punta del Este. Descolou um peixeiro que lhe entrega pela manhã, de moto, o melhor do que se pesca por lá”⁷²*. Punta del Este es propuesto como punto en un circuito internacional gastronómico de lugares selectos, con el que Brasil conecta demostrando pertenencia a flujos de alta exigencia. Ángelo et al. (2021) destacan el papel de la gastronomía para atribuir identidad y diferenciación, promoviendo senderos de turismo en torno a ofertas gastronómicas y servicios turísticos complementarios.

Tal como en este otro ejemplo: *“Se eu dissesse sim a todos que me pedem, passaria mais tempo fora do que dentro da minha cozinha”, diz Rodrigo Oliveira, do Mocotó, que se apresentou em eventos em Milão e em Punta del Este em 2012*”. En un artículo otro, también de la sección *Comida*, para el mismo período⁷³ de la primera mitad del 2020 que implicó como se ha constatado, una cobertura de atención ligeramente mayor hacia PdE. En definitiva

⁷⁰ FESTIVAL DE jazz leva músicos latino-americanos a Punta del Este. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 31.jan.2013. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2013/01/1222184-festival-de-jazz-leva-musicos-latino-americanos-a-punta-del-este.shtml> Acceso: 4.fev.2021.

⁷¹ <https://medioymedio.com/programacion>

⁷² FORBES, Alexandra. O descobrimento do Brasil, parte 2. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 11.jan.2012. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/comida/19340-o-descobrimento-do-brasil-parte-2.shtml> Acceso: 4.fev.2021.

⁷³ FORBES, Alexandra. Se ficar o bicho pega, se correr... Folha de São Paulo [online], São Paulo, 6.mar.2013. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/comida/97019-se-ficar-o-bicho-pega-se-correr.shtml> Acceso: 4.fev.2021.

“Comer é um dos principais programas em Punta del Este, que, internacionalizada, possui vários restaurantes de alta gastronomia”⁷⁴. Para Rodrigues (2016), “(...) as pessoas buscam um destino turístico dispostas a se envolver e a descobrir novas experiências, seja por meio dos sabores, das paisagens, ou das experiências culturais” (p. 80), tal como lo antes expuesto sugiere.

Asimismo, ya en 2008, se lee una tímida primera referencia a las bodegas que pasarían a proliferar en la zona: “Punta del Este, no Uruguai, já é conhecida pelos turistas que gostam de arriscar a sorte nos cassinos, aproveitar o dia nas praias e badalar à noite. O destino também pode ser incluído no roteiro dos fãs do chamado enoturismo”⁷⁵. En materia de gastronomía, la emergencia de sofisticadas bodegas y olivares amplía el abanico de experiencias en el área a partir, especialmente, de mediados de la década de 2000. El enoturismo surge como propuesta que permite experiencias a través de múltiples sentidos, alcanzando perfiles de turistas ligados al consumo de lujo (HORWATH, 2011). Al respecto, se ahondará en el capítulo siguiente.

2.1.1.3. Arquitectura y paisajes para estar o invertir

Quem fizer o city tour de Punta é apresentado às mansões e casas luxuosas do lugar. Os guias se orgulham em listar os magnatas de diversas partes do mundo que possuem casa em Punta.

Entre os supostos proprietários de mansões em Punta, de acordo com os guias de turismo, estaria o mexicano Carlos Slim, segundo homem mais rico do mundo segundo a revista "Forbes".

Os moradores também se gabam da segurança local. Dizem que os milionários podem guiar seus carrões em Punta sem o risco de virarem alvo de criminosos. As casas também não são separadas por cercas nem muros.

Além das mansões, os guias fazem uma parada em frente à escultura "La Mano", encravada nas areias da praia Brava. O local está entre os favoritos pelo turistas na hora de tirar fotos da viagem”⁷⁶

⁷⁴ CORRÊA DA SILVA, Vanessa. Punta del Este é o destino mais internacional do Uruguai. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 13.out.2011. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2011/10/989685-punta-del-este-e-o-destino-mais-internacional-do-uruguai.shtml> Acceso: 4.fev.2021.

⁷⁵ FUTEMA, Fabiana. Punta del Este atrai amantes de cassinos, praias, baladas e vinhos. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 14.nov.2008. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2008/11/467690-punta-del-este-atrai-amantes-de-cassinos-praias-baladas-e-vinhos.shtml> Acceso: 4.fev.2021.

⁷⁶ FUTEMA, Fabiana. Punta del Este atrai amantes de cassinos, praias, baladas e vinhos. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 14.nov.2008. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2008/11/467690-punta-del-este-atrai-amantes-de-cassinos-praias-baladas-e-vinhos.shtml> Acceso: 4.fev.2021.

En la cita anterior y diversas otras sobresalen los chalets de los barrios jardín esteños, objeto de miradas en PdE. También los edificios esteños seducen a lectores, potenciales turistas e inversores. “*O badalado edifício Acqua, em Punta del Este*”, se lee a mediados de 2013 a través de un artículo sobre el célebre arquitecto uruguayo Rafael Viñoly⁷⁷, de quien se informa que “*nos anos 1960, viveu alguns meses em Copacabana, por causa de um projeto que nunca foi construído*”, en un ejercicio discursivo habitual en diferentes redacciones analizadas de traer figuras y lugares uruguayos a Brasil. A la vez que se muestra su Edificio Acqua en fotogalería virtual de FdSP⁷⁸. La exigencia cada vez más alta de quienes consumen lujo a través del turismo y otras prácticas, frente a la masificación de infraestructuras, servicios y bienes antes en mayor grado privativos incide sobre la valorización de entornos que ofrecen o sugieren la más alta sofisticación (TORRES et al, 2014).

En 2017 se encuentra una publicación de FdSP sobre una casa de campo con diseño vanguardista, destaca su gran arquitectura a través de arquitectos brasileños Marcio Kogan, Suzana Glodowski e Diana Radomysler, de Studio MK27⁷⁹, encargados de la obra. Menciones como esta y las antes señaladas, cuando consideradas refuerzan miradas sobre un PdE que no es sólo playa sino también campo y con participación de brasileños, junto a argentinos y uruguayos. La mano de Isay Weinfeld⁸⁰ sobre el Hotel Fasano es mención acostumbrada, en diferentes artículos sobre el Grupo Fasano, ya sea éstos refieran a los hoteles brasileños o situados en Estados Unidos, suele mencionarse la huella de Weinfeld en el este uruguayo.

Al divulgarse en 2007 el Salón Inmobiliario São Paulo, puede leerse:

A maior parte dos imóveis está localizada em São Paulo, mas a feira também terá unidades em outras regiões e cidades como Salvador, Fortaleza, Maceió, Belém, Manaus, Goiânia, Porto Alegre, Curitiba e Rio de Janeiro. Os

⁷⁷ "COMO SE constrói porcaria no Brasil!", diz criador de torre. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 7.jun.2013. Disponible:

<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrada/112653-quotcomo-se-constroio-porcaria-no-brasilquot-diz-criador-de-torre.shtml> Acceso: 5.fev.2021.

⁷⁸ DESIGN MODERNO prioriza a transparência para vistas amplas da cidade. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 9.set.2016. Disponible:

<https://fotografia.folha.uol.com.br/galerias/46462-design-moderno-prioriza-a-transparencia-p-ara-vistas-amplas-da-cidade#foto-572917> Acceso: 5.fev.2021.

⁷⁹ APPLE, Caroline. Uso de elementos naturais faz casa no Uruguai se 'camuflar' na paisagem. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 19.mai.2013. Disponible:

<http://classificados.folha.uol.com.br/imoveis/2013/05/1280444-uso-de-elementos-naturais-faz-casa-no-uruguai-s-e-camuflar-na-paisagem.shtm> Acceso: 5.fev.2021.

⁸⁰ WALSH, Nora. 8 hotéis de luxo que vão abrir as portas na América do Sul. NEW YORK TIMES via Folha de São Paulo [online], São Paulo, 1.set.2016. Disponible:

<https://www1.folha.uol.com.br/asmais/2016/09/1808835-8-hoteis-de-luxo-que-vaio-abrir-as-portas-na-america-do-sul.shtml> Acceso: 10.nov.2020

*organizadores afirmam que também haverá ofertas de imóveis localizados na Flórida (EUA) e Punta del Este (Uruguai)*⁸¹.

Este artículo titulado “*Salão Imobiliário começa amanhã com 30 mil imóveis*”, resalta sólo dos localidades extranjeras como estratégicas para sus ofertas: Florida (USA) y Punta del Este (Uruguay). En 2008, la sección *Mercado* coloca el alto valor de las inversiones inmobiliarias en Punta del Este, a partir del ascenso del rubro para el Nordeste de Brasil como contrapunto:

*A pesquisa, divulgada ontem no evento Nordeste Invest, mensurou também o valor de venda de imóveis para segunda residência de luxo, mostrando que o metro quadrado ainda é mais barato no Brasil (US\$ 3.000) do que em destinos próximos, como Punta del Este (US\$ 4.800), no Uruguai*⁸².

Tales referencias, no se encuentran antes de esa fecha en las páginas de FdSP, volvemos a un momento en que Uruguay como lugar de invertir y de relación fluida con Brasil se afianza. Imagen sobre el lugar que el periódico logra producir y/o reproducir, no sólo denotando potencial inversor sino también evidenciando el interés que concita el área.

“La estabilidad social, política y económica que caracteriza al Uruguay, contribuyen a favorecer la atracción de inversores de distintas regiones del mundo, que ven en Punta del Este como el “destino inmobiliario VIP”, señalan Carrasco, Bonifacio y Woelke (2009, p. 332). En informe al respecto, ponderan a su vez los atractivos costeros, infraestructura urbana, agilidad y eficiencia del sistema bancario, además de igualdad de condiciones para nacionales y extranjeros, sumado a bajos costos de construcción. La investigación destaca el emergente crecimiento de compradores brasileños, aunque alcanzaba un porcentaje menor al 5% para 2007 (ibid.). Sobre paisajes puntaesteños surge la imagen de PdE como un destino rentable para invertir, así como para alternar con la práctica de turismo, en una asociación a imágenes de lujo y exclusividad que conjuga también imágenes de estabilidad y seguridad.

En 2013, “*Incorporadoras embarcam no boom imobiliário sul-americano*”⁸³ informa la sección de Mercado Folha, a través de la agencia *The New York Times*:

No Uruguai, Trump está emprestando seu nome a um condomínio no balneário de Punta del Este. O empreendimento, de US\$ 100 milhões, terá 129 apartamentos em 25 andares, com vista para a praia. O preço das unidades irá variar de US\$ 650 mil a US\$ 2,5 milhões.

⁸¹ SALÃO IMOBILIÁRIO começa amanhã com 30 mil imóveis. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 26 set. 2007. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u331712.shtml> Acceso: 5.fev.2021.

⁸² RESENDE, Tatiana. Nordeste espera boom em imóveis de luxo. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 31.may.2008. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2008/05/407364-nordeste-espera-boom-em-imoveis-de-luxo.shtml> Acceso: 5.fev.2021.

⁸³ BARRIONUEVO, Alexei. Incorporadoras embarcam no boom imobiliário sul-americano. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 8.abr.2013. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2013/04/1258122-incorporadoras-embarcam-no-boom-imobiliario-sul-americano.shtml> Acceso: 5.fev.2021.

Dos meses después se lee el artículo “*Punta é a "queridinha" na América Latina*”⁸⁴. Allí se evidencia el valor de sus inmuebles, la valoración de PdE en tanto reducto de lujo. Un asesor inmobiliario entrevistado por Folha afirma “*Punta del Este é o principal mercado para os brasileiros na América Latina, que valorizam a segurança e a estrutura da cidade uruguaia*”. Se refleja y reafirma una imagen, se confirma su carácter uruguayo proclive a inversiones confiables. Asimismo, se invierte o no, la imagen de estabilidad y seguridad de PdE trasluce para un público lector interesado de alto poder adquisitivo .

En caso de una inclinación a ser propietario, se anuncia que las transacciones pueden realizarse desde Brasil. “*O número de brasileiros que adquirem imóveis em Punta del Este fica atrás apenas dos argentinos e chega a superar o dos próprios uruguaios, afirma Renato Teixeira, presidente da rede imobiliária Re/Max Brasil*”. En definitiva, tal como se resalta, para el “*(...)mercado imobiliário de alto luxo na América Latina, Punta del Este, no Uruguai, atrai brasileiros que buscam unir investimento e descanso*”. La movilidad internacional de capitales resulta profusa en confluencia con un proceso de globalización en auge, especialmente desde la década de 1990 (CHESNAIS, 1994). Los artículos antes citados, igualmente, plantean una preeminencia de inversiones dentro de Brasil por parte de brasileños, exponiendo el ascenso de PdE como destino extranjero confiable y de inversiones. Una imagen que, tal como se evidencia en el capítulo 5, desde hace varias décadas se encuentra consolidado desde inversores argentinos.

En la sección Turismo, se lee “*Punta del Este recebe investimentos milionários*”⁸⁵, en nota de la agencia ANSA en la que se menciona, a través de promotor local entrevistado, cómo la llegada de inversiones grandilocuentes representan “*publicidade gratuita*” que, de hecho refuerzan una imagen ya proyectada:

Os investimentos em Punta del Este, principal balneário uruguaio, deverão atingir um recorde nos próximos meses, com projetos imobiliários e turísticos estimados em US\$ 800 milhões. Entre esses projetos, o magnata norte-americano Donald Trump anunciou a construção de uma torre de US\$ 100 milhões na região de Playa Brava.

En 2014, en la sección Morar, se lee “*Preço leva brasileiros a investir em imóveis no exterior*”. En tal sentido, se aclara “*(...) quem compra para passeio ou emigração, além dos*

⁸⁴ VASQUES, Daniel. FERNANDES, Anaís. Punta é a "queridinha" na América Latina. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 7.dez.2013. Disponible:

<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2013/12/1382250-punta-e-a-queridinha-na-america-latina.shtml>

Acceso: 6.fev.2021.

⁸⁵ PUNTA DEL Este recebe investimentos milionários. Ansa en Folha de São Paulo. 23. jan. 2013. Disponible:

<https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2013/01/1218355-punta-del-este-recebe-investimentos-milionarios.shtml>

Acceso: 19/03/2021

preços, normalmente ressalta a boa infraestrutura e a segurança maior como fatores decisivos para fechar o negócio”. Tras listar Miami, Portugal y España se acota a modo de cierre que “(...) na América do Sul, o destino principal é Punta del Este, no Uruguai. No balneário, brasileiros costumam usar a casa em parte do ano e alugá-la no restante”⁸⁶.

A partir de 2015, una vapuleada economía brasileña pareciera dejar de mirar a través de FdSP sobre esta cara de PdE.

2.1.1.4. Paseo de compras

En 1997, la sección Turismo de FdSP titulaba un artículo como “(...) *nem só de praia, jogos e bons restaurantes vive o balneário de Punta del Este*”⁸⁷, en el cual se destaca la diversidad de tiendas locales. “*Há desde as mais modestas, que vendem luvas e chapéus, até uma filial da grife do costureiro Valentino, com peças da coleção prêt-à-porter, é claro*”. Así como se listan rigurosamente otras marcas allí presentes, “(...) *há ainda a alternativa de visitar as lojas Kenzo, La Opera, Kosiuko, Benetton e Sykvua Paradel (...). Ermenegildo Zegna, Ives Saint Laurent, Valentino, Versace e Polo Ralph Lauren, entre outras*”. En aquel entonces, el centro de compras cuyas era la península, especialmente la calle Gorlero y adyacentes. Años después, Mônica Bergamo, en sus habituales breves periodísticos⁸⁸, informa en diciembre de 2016 que: “*A Ralph Lauren é uma das marcas que estarão à venda na loja pop up que o hotel Fasano Las Piedras abre nesta terça (27) em Punta del Leste*”⁸⁹.

El flujo internacional, el consumo cosmopolita de sus habitués, permea la historia del balneario y no deja de estar presente en la imagen proyectada sobre receptores brasileños. La alianza lugares con marcas comunican el compromiso de las mismas con valores o estilos de vida (HORWATH, 2016). En un artículo de la periodista brasileña radicada en Uruguay,

⁸⁶ VASQUES, Daniel. Preço leva brasileiros a investir em imóveis no exterior. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 4.mai.2014. Disponible: <http://classificados.folha.uol.com.br/imoveis/2014/05/1448791-preco-ainda-atrai-brasileiros-para-comprar-imov-eis-nos-eua.shtml> Acceso: 6.fev.2021.

⁸⁷ DECIA, Patricia. Avenida agrupa grifes chiques. Folha de São Paulo [online], 4 ag. 1997. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1997/8/04/turismo/33.html> Acceso: 10 mar. 2021.

⁸⁸ Notas cortas de la tradicional columna social de FdSP, que cabe reiterar lidera desde el año 2001 Mônica Bergamo luego de ser precedida por Joyce Pascowitz, en donde se informa la agenda privada de personalidades públicas, de anuncian eventos, así como se hace referencia a otras expresiones de sociabilidad.

⁸⁹ BERGAMO, Mônica. CURTO-CIRCUITO. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 27.dez.2016. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/monicabergamo/2016/12/1844776-riachuelo-bate-recorde-de-vendas-antes-do-natal.shtml> Acceso: 6.fev.2021.

Denise Mota, como colaboradora desde Punta del Este en 2013, donde relata el día a día veraniego en el balneario se menciona la calle 20 puntaesteña. Ésta, desde la década de 1990 a la fecha, asociada a marcas de lujo (*grifes*):

Compras também são um dos motores centrais da rotina no balneário, e a calle 20 -apelidada de "Rodeo Drive do Leste" (em alusão à área de Beverly Hills onde se concentram algumas das marcas mais caras do planeta)- reúne cerca de 40 lojas de prestígio internacional, que vendem de roupas a automóveis, e também companhias locais de renome ao longo de sete quarteirões⁹⁰.

Un diferencial de la imagen de Punta del Este es su capacidad de nutrirse de marcas de prestigio, asociadas al lujo, que en su entorno se hacen presentes, en tanto *grifes* (según en Brasil se le denomina) que imbrican al balneario de su status, ofertan bienes y servicios de calidad y/o en boga para círculos sociales de *alto padrão*, o aspirantes a integrarlos, en tanto expresiones de sus prácticas consumo (HORWATH, 2011. Los productos ligados a tales marcas cargan un valor simbólico producido socialmente a través de condiciones de circulación de los mismos, su finitud y disponibilidad, entre otros factores (BOURDIEU, 2002).

Encontrar esos objetos en PdE, particularmente, contribuye a su carácter distintivo mediado por dónde, cómo y quienes lo ofertan y consumen. En 2007, FdSP estaca la apertura de la grife de indumentaria Ermenegildo Zegna con cinco tiendas en Brasil y una futura en Punta del Este abre en BA y PdE⁹¹ 2007. La selección geográfica de dónde las tiendas transfiere a la marca el status de las ciudades barrios, calles en las que se localiza, así como la propia marca traslada a tales localizaciones su propio capital en un ejercicio de “transubstanciación simbólica” (BOURDIEU, 2000), para el cual FdSP colabora en un sutil pero efectivo pasaje de sus páginas tanto impresas como digitales. Al término de ese mismo año en que la nota anterior era editada, se anuncia: “*A grife de calçados e bolsas Carmen Steffens abre, na próxima sexta, sua primeira loja em Punta Del Este, no Uruguai. Para 2008, estão programadas lojas em Canberra e Melbourne (Austrália), Madri e Lisboa*”⁹². La operación simbólica antes descrita es puesta en juego a partir de una confluencia conjunta de repertorios

⁹⁰ MOTA, Denise. Zuckerberg e Ronaldo estão entre os habitués de Punta. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 31.jan.2013. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2013/01/1223027-zuckerberg-e-ronaldo-estao-entre-os-habitués-de-punta-a.shtml> Acceso: 6.fev.2021.

⁹¹ GRIFE ERMENEGILDO Zegna planeja abrir mais cinco lojas no Brasil. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 29.mai.2007. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u300532.shtml> Acceso: 6.fev.2021

⁹² BARROS, Guilherme. Pedidos de recuperação judicial sobem 8% em 11 meses, diz Serasa. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 5.dez.2007. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/dinheiro/fi0512200701.htm> Acceso: 6.fev.2021.

de valoraciones ligados a urbes varias, así como a una marca particular que moviliza valores respectivos entre sí.

En 2011, en artículo extenso sobre PdE se hace referencia a la tienda multimarcas de bikinis Sub, pequeño emprendimiento con presencia un *requintado* shopping paulista⁹³. Su ejemplo es mencionado para reseñar el arribo creciente de brasileños en la zona, sin que ello sea excluyente de grandes corporaciones aunque, en todos los casos desde un gusto igualmente *requintado*. Menciones como ésta y restantes, resultan eventuales, la incidencia de las mismas por separado, si acaso lograra medirse, posiblemente resultaría exigua; no obstante, evidencian las formas de imaginar PdE, expresan las referencias que logra evocar y cuánto desde esas proyecciones puede aspirarse, imaginarse, desearse sobre el destino.

Por último, vale la pena señalar que en 2011 el Banco do Brasil anunciaba desde fdSP su pretensión de tornar banco comercial a su oficina financiera en Montevideo: “*Afinal, já tem mais de 60 empresas brasileiras atuando no país vizinho, e Punta del Este - a 130 quilômetros da capital, Montevideu --dispõe de grande rede hoteleira e de turismo bem desenvolvido*”. Tal como se observará en el capítulo 3, la imagen de lugar PdE se articula con la imagen nacional Uruguay, en una convivencia y/o sociedad con desafíos pero capaz de complicidades seductoras para circuitos de *alto padrão*.

2.1.1.5. La noche: “*badalação puntaestenha*”

“*Aproveitei para dar uma olhada na famosa noite do balneário, que é exótica mistura de litoral norte, Guarujá, Monte Verde, Ibiza, com um toque de Miami e cheia de argentinos*”⁹⁴, escribe en 1999 la periodista Érika Palomino tras viajar por invitación de la marca Chivas para su exclusivo Chivas Lounge, lugar al que define como “*(...) um crossover de restaurante, bar, lounge e clubinho à beira-mar, em Punta del Este*”. Resulta usual encontrar menciones a la existencia de discotecas, *boites* y *pubs* en Punta del Este. Desde la discoteca *Space* icónica de la movida nocturna de la década de 1990, donde la periodista social recién citada vio a Deep Dish y “*(...) lá eles tocaram muito melhor do que em SP*”.

⁹³ KÜCHLER, Adriana. Paulistanos invadem Punta neste verão. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 30.jan.2011. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/saopaulo/867626-paulistanos-invadem-punta-neste-verao.shtml> Acceso: 6.fev.2021.

⁹⁴ PALOMINO, Érika. Oi, amor! Prepare o modelo e o coração. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 15 jan. 1999. Disponible en: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq15019931.htm> Acceso: 6.fev.2021.

También, a partir de locales de menor escala en La Barra o el Puerto en adelante, se vuelve sobre la nocturnidad esteña Asimismo, *Sunsets* e inclusive fiestas grandilocuentes próximas a la arena, así como al interior del territorio esteño, son mencionadas. Celebraciones de *Reveillon* con afamados DJs se divulgan ampliamente en São Paulo. Un primer ejemplo es el siguiente, tomado de la sección *Ilustrada* sobre cultura y vida social, en FdSP, donde se lee en enero de 2000 la crónica en primera persona de una periodista que recorre eventos nocturnos para brasileños, a lo largo y ancho de Brasil llegando al litoral uruguayo:

Pois eu tive a oportunidade de ser convidada para o Chivas Lounge em Punta del Este, no comecinho do ano, onde o Deep Dish tocou ao ar livre, de graça, num lugar absurdo que começava restaurante no alto de uma colina e ia descendo em decks sobre as pedras até chegar na areia e no mar, de frente para uma ilha com farol e tudo, lá atrás, na praia de José Ignacio. Bem-nascidos, jet-setter-clubbers, freaks, descolados, louras e morenas, crianças, jornalistas (um povo da "Muzik" também) e gente linda em geral, alguns brasileiros e muitos argentinos, claro. Tudo isso das 17h às 21h, durante o dia! E o povo ficou louco quando o sol desceu, sumindo no mar. E aqui? Será que não rolava?⁹⁵

La nota citada no deja de mencionar una vasta agenda estival, que recorre grandes apuestas de la noche en Morumbi (SP), Río de Janeiro o Trancoso (BA) donde una *rave* de 24hs de duración surge como una fórmula: “*Melhor que Goa; mais legítimo que Ibiza*”. Así como Ibiza construyó su imagen en torno a la vida nocturno, biodiversidad y patrimonio, así como al lujo, tras su despegue en la década de 1960 gracias al movimiento hippie y su apelo a encontrar libertad en el lugar (AZPELICUETA et al., 2018), para el caso de Goa el proceso presentó analogías según demuestra Mari Korpela (2009). PdE comulga con una imagen que asocia al destino, especialmente para sus veranos, con una vida nocturna combinada al hedonismo balneario, en medio a una profusión de otras imágenes distantes de ésta. Su mención en un artículo de opinión y tendencias como el antes citado, trae el movimiento de imágenes, personas, prácticas formulado por Mimi Sheller y John Urry (2004) como expresiones de una “sociedad mòvil”, que desplaza prácticas y formas de imaginar las mismas, interligándolas a lugares, en definiciones mutuas entre éstos y aquellos que en ellos se hace.

En FdSP, las fiestas en casas particulares, resultan eventualmente mencionadas Asimismo, pasar por un pub como Moby Dick como experiencia de turistas, cronistas o sugerencia para visitantes. En la sección *Viaja* de la revista *São Paulo* editada los días domingos junto al

⁹⁵ PALOMINO, Erika. Pistas ajudam a desenhar a nova cara do Brasil. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 21.jan.2000. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2101200033.htm> Acceso: 6.fev.2021.

periódico se lee en 2017 la noticia titulada: “*Passeio de carro leva a praias, restaurantes e cartões-postais de Punta del Este*”⁹⁶. En la cual, se menciona que “(...) *ainda há muito para se fazer. Degustar vinhos na vinícola Alto de la Ballena. Experimentar queijos. Fazer compras em lojas nas vias El Remanso e Gorlero - ou comer churros, alfajor. Beber no pub Moby Dick*”. La cobertura sobre el balneario proyectó, con mayor o menor énfasis, enumeró un abanico de cuánto puede encontrarse, anhelar e imaginar sobre el destino.

En la agenda de la sección cultural *Ilustrada* junto a eventos propios de São Paulo se han listado por ejemplo, los siguientes titulares: “*A festa Viva Punta, em Punta del Este, acontece no sábado no Parador Mantra Beach*”⁹⁷, “*A cervejaria Miller faz amanhã festa em Punta del Este*”⁹⁸. Otros más se encuentran, situados en una agenda que ocasionalmente llega a São Paulo, expresiva de su presencia constatable en diferentes otras fuentes comunicativas que trasiegan el Brasil, especialmente cuanto más nos acercamos en el tiempo a la fecha. Surgen tales invitaciones como una pieza incorporada la propia agenda de las élites del Sudeste brasileño, o de la “*burguesia paulista*”⁹⁹, si siguiéramos al pie de la letra las alocuciones del ex-presidente José Mujica cuando entrevistado por FdSP, aún en ejercicio, que en 2013 definió de tal forma al grupo económicamente más fuerte del MERCOSUR.

2.1.1.6. Ciudad de eventos

Punta del Este fue sede de eventos que desafiaron a la capacidad logística nacional, sentando precedentes en la capacidad organizativa del país y, particularmente, de una ciudad interiorana. Un edificio como el Hotel Casino Nogaró albergó en sus salones durante la década de 1960 al Consejo Interamericano Económico y Social (CIES) de la Organización de Estados Americanos (OEA), donde Leonel Brizola se codeaba con Ernesto “Che” Guevara en 1961 mientras se firmaba la Carta de Punta del Este (TROCHÓN, 2017). El Hotel San Rafael,

⁹⁶ PEREIRA, Elvis. *Passeio de carro leva a praias, restaurantes e cartões-postais de Punta del Este*. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 19.nov.2017. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/saopaulo/2017/11/1936310-passeio-de-carro-leva-a-praias-restaurantes-e-cartoes-postais-de-punta-del-este.shtml> Acceso: 6.fev.2021.

⁹⁷ BERGAMO, Mônica. *CURTO-CIRCUITO*. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 29.dez.2011. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrada/17281-monica-bergamo.shtml> Acceso: 6.fev.2021.

⁹⁸ BERGAMO, Mônica. *CURTO-CIRCUITO*. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 7.jan.2012. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrada/18617-monica-bergamo.shtml> Acceso: 10.fev.2021.

⁹⁹ RODRIGUES, Fernando. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 19, jul, 2014. *Brasil é visto como imperialista no continente, diz Mujica*. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/mundo/176705-brasil-e-visto-como-imperialista-no-continente-diz-mujica.shtml> Acceso: 20/02/2022.

por otra parte, cobijó a la Reunión de Presidentes de América en 1967, y la primera reunión de la Ronda Uruguay del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT), de la cual surgiría la Organización Mundial de Comercio (ibid.)¹⁰⁰.

Había sido Punta del Este la ciudad elegida para un Festival de Cine sin precedentes en América del Sur, que durante la década de 1950 trajo al país a estrellas globales del cine e impulsó al balneario (ibid.), influenciaría propuestas semejantes en Mar del Plata o Gramado aunque llegaría a su fin en aquella misma década de su surgimiento hasta ser retomado cuarenta años más tarde. En tiempos contemporáneos, los eventos ganan notoriedad en términos de su trascendencia comunicacional, promocionando productos como el ser una película o un propio destino turístico, lo cual los vuelve herramientas de relevancia y creciente presencia (FORTES & SILVA, 2011; MELO NETO, 2013). Éstos representan acciones planificadas para alcanzar resultados específicos frente a un público objetivo delimitado, permitiendo en localidades turísticas aumentar los flujos de visitantes sin necesariamente depender de la estacionalidad de la actividad (BRITTO & FONTES, 2002).

Ivette Trochón (2017), al historizar sobre la decisión del Hotel Conrad de la Cadena Hilton de instalarse en Punta del Este, cita al gerente de la empresa de alojamientos al momento de su inauguración informando quien afirma que “(...) lo único que les había exigido el gobierno local era que tuviera un centro - de gran importancia - para las convenciones del MERCOSUR” (p. 483). A su vez, en en 2016 se inaugura en un predio de 12 hectáreas al *Punta del Este Convention & Exhibition Center*, una inversión pública de gestión privada cuyas “(...) salas con capacidad para más de 4.000 delegados y su pabellón de exhibiciones de 6.700 m², sumados a los 60.000 m² de espacio abierto para la realización de eventos al aire

¹⁰⁰ ESTADOS UNIDOS liberam US\$ 1 bi para projetos na América Latina. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 12.mar.2012. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/cotidiano/30781-estados-unidos-liberam-us-1-bi-para-projetos-na-america-latina.shtml> Acceso: 10.fev.2021.

“Há 50 anos. Alianza para el progreso” se lee en artículo reeditado del *Acervo Folha*. El periódico recordó estos eventos en ediciones conmemorativas, durante los últimos años. Allí se lee: “*Não se subestime, além disso, a transformação por que passou o comércio internacional com a conclusão, em 1994, da Rodada Uruguai do Gatt, iniciada com a Declaração de Punta del Este, em 1986, bem como os movimentos de integração regional, que se aceleram a partir de meados dos 80*”.

NOTA MERCADO sobre Plano Real OLIVEIRA, Gesner. O real e o imaginário. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 3.jul.2004. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/dinheiro/fi0307200406.htm> Acceso: 10.fev.2021

O ENCONTRO de Jango com Kennedy NASSIF, Luís. O encontro de Jango com Kennedy. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 19.fev.2006. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/dinheiro/fi1902200606.htm> Acceso: 10.nov.2020.

libre ofrecen posibilidades hasta ahora inexistentes en nuestro país”¹⁰¹. La imagen de Punta del Este como sede de eventos, luego de los antecedentes señalados en el párrafo anterior y las infraestructuras recién mencionadas, avanza en su consolidación.

2.1.1.6.1. Eventos gubernamentales - corporativos

En 2001, una nota en la sección *Mercado* de FdSP hace referencia indirecta al Seminario «Hacia el libre comercio de las Américas: las barreras legales y regulatorias»¹⁰². En igual suplemento, más adelante ese año se lee que “(...) *dezoito dos principais exportadores agrícolas do mundo iniciaram um encontro (...) no balneário uruguaio de Punta del Este*”, con presencia del Ministro de Agricultura de Brasil¹⁰³. A su vez, la “*Reunião de Ministros da Educação*” de la OEA, era anunciada para el mismo año de 2001¹⁰⁴. En 2004, también en las páginas de *Mercado* se menciona al “*2º Simpósio de Integração Energética da Associação Regional de Empresas de Petróleo e Gás da América Latina e Caribe, em Punta del Este (Uruguai)*”¹⁰⁵. Las referencias al MERCOSUR resultaban usuales en la época, desde una ciudad turística que intentó ser estratégica para el bloque, al decir de Renfrew (2004), al mostrarse en su capacidad logística, su arquitectura, sus afluentes, localización y paisajes como un nodo urbano relevante en la región, aspirante a *global city*.

En 2003, la sección *Mundo* de Folha se informa de la reunión de “*embaixadores dos Estados Unidos no Brasil, Argentina, Uruguai e Paraguai (países que integram o Mercosul) e no Chile*”, donde “*em Punta del Este, a 145 km de Montevideú*”¹⁰⁶. La sección *Poder* informa ese mismo año que Brasil no envía un representante al Congreso Internacional sobre *AIDS* (SIDA), en Punta del Este, sin dejar de especificar como era usual entonces: “*(140 km a leste*

¹⁰¹ INSTITUCIONAL. Punta del Este Convention & Exhibition Center. Disponible: <https://centrodeconvenciones.com.uy/institucional/> Acceso: 22/10/2020.

¹⁰² AITH, Marcio. Futuro do Mercosul é discutido em Toronto. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 4 abr. 2001. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/dinheiro/fi0404200116.htm> Acceso: 11.nov.2020.

¹⁰³ MERCADO LIVRE. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 4.set.2001. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/dinheiro/fi0409200124.htm> Acceso: 11.nov.2020

¹⁰⁴ OEA INAUGURA página de internet sobre educação a distância. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 26.set.2020. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u8075.shtml> Acceso: 11.nov.2020.

¹⁰⁵ SOARES', Pedro. Banco prevê financiar R\$ 5 bilhões para projetos de energia em 2004. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 23.nov.2004. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/dinheiro/fi2311200421.htm> Acceso: 11.nov.2020.

¹⁰⁶ EMBAIXADORES DOS EUA no Mercosul e no Chile estão reunidos no Uruguai. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 11.out.2003. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/mundo/ult94u64160.shtml> Acceso: 11.nov.2020.

de Montevideu, capital do Uruguai) ”¹⁰⁷. En 2010, se aprecia en FdSP una imagen descrita como de Punta del Este en marco de seminario antitabaco, en realidad es imagen de Montevideo¹⁰⁸, aunque la sugerencia de PdE como recinto de la misma no deja de ser elocuente de que el destino se corresponde con una imagen de que allí suceden eventos, es esperable y coherente esa posibilidad. “*Enrique Iglesias participou, na noite de sábado, em Punta del Este, de uma conferência organizada pela fundação Astur denominada «Para onde vão as economias do mundo?»*”, que contou com a presença do presidente uruguaio, José Mujica”, se informa en noticia sobre estado de salud del secretario iberoamericano en la sección salud, relatando sus actividades últimas¹⁰⁹. En 2012, la *Conferência de Ministros da Defesa da América* ameritó dos artículos tomados de Agencia EFE¹¹⁰. Una vez más, al pasar, en sección relevante para un público empresarial las menciones al balneario abonan nociones sobre su capacidad como centro de eventos.

Otro ejemplo equivalente se encuentra cuando la *Associação Brasileira de Lojistas de Shopping* (ALSHOP) fue noticia en la sección Mercado de 2016, al reunir “*mais de 150 presidentes de redes varejistas e grupos de shoppings no primeiro Simpósio Nacional de Varejo e Shopping, em Punta Del Este, no Uruguai*”¹¹¹. En un balneario elegido para los eventos. Por otro lado, en 2017, en el portal web se muestra en *Imagens do dia* a un empresario de traje probando una bicicleta en la “*11 Cúpula Empresarial China América Latina no Centro de Convenções de Punta del Este*”¹¹², recientemente inaugurado para fortalecer la oferta de salas principalmente de complejos hoteleros. El artículo enseña respecto de la asociación de ese lugar cercano de Montevideo, como infraestructura donde

¹⁰⁷ BRASIL NÃO envia representantes ao Congresso Mundial sobre Aids. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 4.dez.2003. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u56088.shtml> Acceso: 11.nov.2020.

¹⁰⁸ IMAGENS DO DIA. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 16. nov. 2010. Disponible: <https://fotografia.folha.uol.com.br/galerias/1475-imagens-do-dia#foto-23939> Acceso: 21/10/2021.

¹⁰⁹ SECRETÁRIO IBERO-AMERICANO é operado com princípio de infarto. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 20.fev.2011. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/mundo/878499-secretario-ibero-americano-e-operado-com-principio-de-infarto.shtml> Acceso: 11.nov.2020.

¹¹⁰ PAÍSES AMERICANOS aprovam sistema contra desastres naturais. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/mundo/1167288-paises-americanos-aprovam-sistema-contradesastres-naturais.shtml>

EUA PEDEM à América Latina para não usar Exército como polícia. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2012/10/1165976-eua-pedem-a-america-latina-para-nao-usar-exercito-como-policia.shtml>

¹¹¹ VAREJISTAS E grupos de shoppings debatem perspectivas para o setor. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 30.mar.2016. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/03/1755187-varejistas-e-grupos-de-shoppings-debatem-perspectivas-para-o-setor.shtml> Acceso: 11.nov.2020.

¹¹²

sucedan instancias de decisión, como imagen certera para para un público lector potencialmente estratégico.

2.1.1.6.2. Eventos deportivos y culturales

Otros eventos captarán atenciones de públicos masivos, a diferencia presumiblemente de las anteriores. La temporada de campeonatos de surf del Cono Sur abrieron en Punta del Este en 1999, según informa una nota titulada con el juego de palabras “*Mercosurfe*”, en boga con los discursos mercosurianos de la época, asociables a la imagen de PdE, hasta un declive fácilmente verificable tras las crisis del cambio de siglo. “*Nas irregulares ondas de Punta del Este, 15 mil pessoas viram a vitória do brasileiro Otávio Lima. Ontem começou o primeiro seis estrelas do ano, o Reef Brazil Classic*”¹¹³. En 2002, “*(...) velejadores gaúchos conquistam título sul-americano da classe 470*” en Punta del Este¹¹⁴ Mientras en 2004 leemos que “*(...) o brasileiro Marilson Gomes dos Santos, que na semana passada conquistou o título da corrida de São Silvestre, em São Paulo, é um dos favoritos para a Corrida de San Fernando, nesta terça-feira, em Punta del Este, no Uruguai*”¹¹⁵.

¹¹³ SARLI, Carlos. Mercosurfe. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 14.jan.1999. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk14019905.htm> Acceso: 21.mar.2021.

¹¹⁴ VELEJADORES GAÚCHOS conquistam título sul-americano da classe 470. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 12.jan.2002. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/esporte/ult92u32553.shtml> Acceso: 21.mar.2021.

¹¹⁵ VENCEDOR DA São Silvestre 2003 disputa prova no Uruguai. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 5.jan.2004. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/esporte/ult92u69885.shtml> Acceso: 21.mar.2021.

Las olas y los pelotones brasileños se unen con los uruguayos en torneos y competiciones como acaba de leerse, eventos que no por casualidad suceden en Punta del Este dada su infraestructura y atractivo para realizarlas, acoger a interesados y atribuir prestigio, a la vez que recibirlo, respecto de estos eventos. El deporte ha configurado las sociedades nacionales de países como Argentina, Uruguay y Brasil tal como demuestra Eduardo Archetti (1999), tanto en sus expresiones populares como de élite. Éstas últimas, con mayor facilidad transcurren más allá de las fronteras nacionales, a su vez que en un destino como PdE encuentran un destino de confluencia óptima que, tal como ponen de manifiesto las citas de este apartado, aproxima a amateurs y profesionales que participan de una agenda deportiva gestada entre públicos y privados con base en las condiciones de acceso al lugar para la región, la visibilidad mediática del mismo especialmente durante el verano, su infraestructura para deportes náuticos, de pista y salón, así como una imagen producida con tales bases y reproducida a través de los diversos eventos llevados a cabo.

Las menciones a la Corrida de San Fernando resultan tan usuales como aquellas a los Festivales de Cine realizados en el balneario, entre fines de la década de 1990 y principios de los 2000, para luego perder paulatino interés por parte de FdSP salvo circunstancial participación destacada de brasileños. Su participación, o la de ex competidores de la paulista San Silvestre, justificaba aquel interés en la competencia atlética que irá perdiendo progresivamente su destacada interconexión con SP tras la crisis¹¹⁶, tras disminuir la inversión en la participación de corredores extranjeros. En 2010, entre un sinfín de otros ejemplos de la sección *Esportes*, se lee que “(...)o Brasil ficou com o vice-campeonato do Torneio Internacional de seleções sub-20, disputado na cidade uruguaia de Punta del Este”¹¹⁷. El

¹¹⁶ QUENIANO VENCE Corrida de San Fernando no Uruguai. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 6 jan. 2004. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/esporte/ult92u69950.shtml> Acceso: 21 mar. 2021.

MARILSON DÁ revanche a queniano no Uruguai. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 6 jan. 2004. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk0601200411.htm> Acceso: 21.mar.2021.

MARILSON TENTA quebrar hegemonia queniana na Corrida de San Fernando. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 5.jan.2006. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/esporte/ult92u97079.shtml> Acceso: 21.mar.2021.

MARILSON DUELA com Cheruiyot no Uruguai. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 6.jan.2006. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk0601200622.htm> Acceso: 21.mar.2021.

CHERUIYOT SUPERA Marilson e conquista penta na Corrida de San Fernando. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 7.jan.2006. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/esporte/ult92u97140.shtml> Acceso: 21.mar.2021.

¹¹⁷ SELEÇÃO BRASILEIRA fica em 2º em torneio sub-20 no Uruguai. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 13.jan.2010. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2010/01/678463-selecao-brasileira-fica-em-2-em-torneio-sub-20-no-uruguai.shtml> Acceso: 22.mar.2021.

calendario de fórmula E, a su vez, muestra a PdE entre grandes ciudades al incluirlo en la lista y ser ésta vehiculada por el diario paulista¹¹⁸. En 2017 la *Organização Desportiva Pan-Americana* tuvo sus elecciones en Punta del Este, con el candidato brasileño Carlos Arthur Nuzman, los que ameritó menciones al balneario en diferentes coberturas¹¹⁹.

En 2016, los Premios Platino al cine latinoamericano realizaron el evento en Punta del Este, mostrando a la ciudad y su infraestructura para actividades como ésta, a la vez que inaugurando el *Punta del Este Convention & Exhibition Center*. FdSP informó entonces que: “A cerimônia da terceira edição do evento ocorreu no domingo (24), em Punta del Este, Uruguai. O Brasil faturou o Prêmio Platino de Cinema e Educação em Valores por “*Que horas ela volta?*”, de Anna Muylaert”¹²⁰. Desde los Festivales de Cine de Punta del Este, retomados durante la década de 1990 en la Sala Cantegril, a shows y otros festivales en las salas del Hotel Conrad, así como otras infraestructuras respecto de las cuales se hace mención en otros apartados de esta tesis, capaces de cobijar acontecimientos u organizaciones multipropósito, la capacidad logística de atender eventos de gran porte se muestra como una imagen de Punta del Este. En cuanto refiere a eventos culturales, en próximos apartados se ahondará sobre la presencia de FdSP en actividades ligadas al cine, las cuales hacen foco menos en una imagen de ciudad de eventos y más en una imagen de reducto de celebridades.

Se encuentran, a su vez, excepcionales menciones a eventos de belleza como *Uruguai Miss Atlântico Internacional*, en 2001¹²¹. A pesar de la recurrencia de tales eventos para fines de 1990 y principios de los 2000, de constante mención en otros medios como el periódico

¹¹⁸ CAMPEONATO DE carros eléctricos terá duelos entre Piquet, Senna e Prost. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 21.ago.2014. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2014/08/1503845-corrída-de-carros-eletricos-tera-duelos-entre-piquet-senna-e-prost.shtml> Acceso: 22.mar.2021.

¹¹⁹ ALVES, Edgard. Em nova eleição, Nuzman pode acumular outra presidência. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 25.abr.2017. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/edgardalves/2017/04/1878305-em-nova-eleicao-nuzman-pode-acumular-outra-presidencia.shtml> Acceso: 22.mar.2021.

NUZMAN É derrotado em eleição para chefiar entidade pan-americana. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 26.abr.2017. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2017/04/1878735-nuzman-e-derrotado-em-eleicao-para-chefiar-entidade-pan-americana.shtml> Acceso: 22.mar.2021

¹²⁰ COLOMBIANO 'O ABRAÇO DA SERPENTE' fatura sete prêmios Platino. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 25.jul.2016. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2016/07/1795139-colombiano-o-abraco-da-serpente-fatura-sete-premio-s-platino.shtml> Acceso: 22.mar.2021.

¹²¹ ITALIANA É eleita no Uruguai Miss Atlântico Internacional 2001. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 28.jan.2001. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u9758.shtml> Acceso: 22.mar.2021.

argentino LN y otras fuentes, ello no da señales de atraer particular atención en Brasil. No parecían tener el atractivo suficiente para un público norteño, una indagación exploratoria al respecto da señales de escasa presencia de participantes provenientes de Brasil, además de posiblemente perder atractivo frente a eventos de moda y estética en aquel país, así como hipotéticamente se presume no haberse extendido una mirada turística hacia tales actividades, de hecho desde el Río de la Plata tal mirada eminentemente noventosa perdió vigor.

2.1.1.6.3. Eventos Matrimoniales

Mientras los desfiles y concursos de belleza que marcaron época entre la década de 1990 y parte de los 2000 dieron nota en Argentina y poco repercutieron en un medio como Folha de São Paulo, otras dinámicas de la oferta puntaesteña para extranjeros que convoca escasamente a argentinos, de guiarnos por estadísticas a ser mencionadas en breve y también con base en la propia prensa argentina estudiada en esta tesis, logra captar un llamativo interés entre brasileños que expresa la singularidad de cuanto miran unos y otros consumidores de PdE sobre el destino.

“Em um mesmo fim de semana de novembro de 2012, o litoral uruguaio foi testemunha de três "sim" ditos em português e frente a mais de 1.300 convidados”. Así inicia un artículo de Denise Mota¹²², durante la temporada de verano en la que fue colaboradora de FdSP, en una noticia intitulada: *“50% dos casamentos de luxo no Uruguai têm brasileiros no altar”.* En el transcurrir de la publicación se agrega *“(...)distantes entre si 25 quilômetros, três casais brasileiros não economizaram para se casar com o mar de Punta del Este ao fundo”.* Se informa de valores de hasta US\$ 1,5 millones en los eventos. En tal sentido, el turismo de bodas agrupaba para 2018 un 27% de la industria anual de bodas, capaz de generar U\$300.000.000 (SAMPEDRO, 2018), siendo el 23% de las 449.000 bodas mundiales registradas para ese año realizadas a 300 kilómetros del lugar de residencia de los cónyuges (DWTG, 2019).

Con el elocuente título *“Sim para poucos”*, escrito en mayúscula, informa en 2013 Mônica Bergamo entre los breves periodísticos de su incisiva columna social, sobre: *“Dona da*


¹²² MOTA, Denise. 50% dos casamentos de luxo no Uruguai têm brasileiros no altar. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 31. mar. 2013. Disponible en: <https://m.folha.uol.com.br/turismo/2013/01/1223012-50-dos-casamentos-de-luxo-no-uruguai-tem-brasileiros-no-altar.shtml> Acceso:20/09/21.

multimarcas Mares e filha do ex-ministro do Turismo Walfrido dos Mares Guia, ela optou por uma cerimônia íntima, restrita à família, padrinhos e amigos muito próximos, em Punta del Este, no Uruguai”¹²³. Ese mesmo año se informa, en la misma columna, que: “*O casamento de Alessandro Morgado Horta, ex-vice-presidente da UBS Pactual e hoje na Vinci Partners, com Tatiana Gouvêa promete parar Punta del Este, no Uruguai*”. A lo que se agregan, en seguida, detalles del Boeing de Gol contratado para la ocasión y la distribución de huéspedes en cuatro hoteles de lujo: Fasano, Mantra, L'Auberge e Vik Retreats¹²⁴.

La imagen de un destino de lujo, en tanto elegido por magnates para un momento decisivo en sus vidas como el matrimonio, resulta expresiva de un conjunto de prácticas de distinción social que componen “o universo do luxo” (ORTIZ, 2019). Ello, a través de la articulación de marcas, diseños, frecuentación lugares trayendo tendencias globales a su realización restringida a quienes pueden llevarlas a cabo, así como sostenerlas en el tiempo. No obstante, lejos del lujo absoluto encontramos un perfil de capas medias que se inclina por la vivencia de experiencias de consumo, entre ellas de turismo, de carácter aspiracional (HORWATH, 2011). Al respecto, el próximo párrafo profundiza.

EX-MINISTRO CASA FILHA EM FESTAÇÃO DE DOIS DIAS

"A energia dos dois dias de festa foi tão positiva que tivemos direito a pôr do sol rosado, lua cheia e até arco-íris. Estava tudo abençoado!" É assim que Erika dos Mares Guia resume à coluna, por e-mail, o seu casamento com o empresário baiano José Renato Coutinho, em Punta del Este, no sábado passado.



The image is a screenshot of a social media post. At the top, it says "Erika dos Mares Guia se casa" and "1 de 4". There are social media sharing icons for Facebook, Twitter, Google+, and Pinterest. Below the text is a photo of a bride in a white dress and veil walking down a red carpet with a groom in a dark suit. To the right of the photo, there is a caption: "A empresária Erika dos Mares Guia entrou no local do casamento junto com o pai, o ex-ministro Walfrido dos Mares Guia". At the bottom right, there is a blue advertisement box with the text: "AINDA NÃO É ASSINANTE? Aproveite esta promoção e participe FOLHA DIGITAL POR APENAS R\$ 1,90/mês por 3 meses ASSINE AGORA".

¹²³ BERGAMO, Mônica. Sim Para Poucos. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 14.set.2013. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrada/128927-monica-bergamo.shtml> Acceso: 22.mar.2021.

¹²⁴ BERGAMO, Mônica. Anel. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 28.nov.2014. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/monicabergamo/2014/11/1554149-intencao-de-consumo-das-familias-de-sp-cai-09-apos-duas-altas-seguidas.shtml> Acceso: 22.mar.2021.

En 2016, un artículo en la revista dominical *São Paulo* de FdSP, titulado “*Viajar para casar longe de casa é opção para quem quer fugir do tradicional*”, informa que en PdE a partir de US\$ 2.500 se “(...) oferece organização e assessoria do casamento para até cem pessoas, além da coordenação da viagem de cada um dos convidados, com negociação de tarifas e reservas de hotéis e traslados”¹²⁶. En 2018, otro artículo denominado “*Hotéis fora de São Paulo e até países estrangeiros recebem festas de casamento; veja seleção*”¹²⁷, indica:

Abrigado onde há anos funcionou o Conrad Cassino, point da praia uruguaia de Punta del Este, hoje opera o Enjoy Punta del Este Resort & Casino, destino casamenteiro da América do Sul. Lá, há espaços para festas. Em abril, a tarifa custa a partir de US\$ 599 por pessoa e inclui passagem aérea, traslados, quatro noites de hospedagem e café da manhã. Se os noivos fecharem 15 quartos, a acomodação do casal sai de graça.

Estas publicaciones, a pesar de tener una fecha determinada de publicación, quedan disponibles online para consulta posterior a través del propio periódico o de metabuscadores. Las mismas surgen en secciones de sociales y de turismo, además de menciones en otras. Especialmente convocante resulta para brasileños esta modalidad de turismo, así como para la localidad en tanto actividad no ordinaria de alto rédito y que muestra al lugar. Mientras que la duración de la estadía y el turismo asiduo a PdE desde Brasil difiere de la magnitud de aquel de argentinos, especialmente a mayor distancia del lugar de origen en el país, la imagen de *Punta* como un destino matrimonial que se nutre del *status* y escenario local, surge como una propuesta de turismo ocasional pero de alto rédito para el destino anfitrión.

2.1.2. La ostentación de ricos y famosos en Punta: *jet set* y *socialités*

“Múltiples imágenes circulan en el verano (en Uruguay y en los países de la región), en distintos medios de comunicación, donde se puede ver a personas internacionalmente famosas, en momentos de ocio y recreación en el distinguido balneario”, señala Leticia

¹²⁵ BERGAMO, Monica. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 22. nov. 2013. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/monicabergamo/2013/11/1374846-imovel-de-ex-juiz-sera-incorporado-a-o-patrimonio-da-uniao-ou-leiloado.shtml> Acceso: 22. mai. 2021.

¹²⁶ VIAJAR PARA casar longe de casa é opção para quem quer fugir do tradicional. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 28.fev.2016. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/saopaulo/2016/02/1743957-viajar-para-casar-longe-de-casa-e-opcao-para-quem-quer-fugir-do-tradicional.shtml> Acceso: 22.mar.2021.

¹²⁷ HOTÉIS FORA de São Paulo e até países estrangeiros recebem festas de casamento; veja seleção. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 24.mar.2018. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/o-melhor-de-sao-paulo/noivas-e-casamentos/2018/03/1961942-paisagens-de-dentro-e-fora-do-pais-sao-palcos-para-casamentos.shtml> Acceso: 22.mar.2021.

D'Ambrosio (2017, p.32) como un patente trazo de Punta del Este. Hace ésto al situar el área en un artículo académico dedicado a "(...) distintas formas de conocer, experimentar y habitar el mar y la costa" (p.29) puntaesteñas. Este distintivo local, resulta insoslayable tanto en ese texto como en múltiples dimensiones que hacen a la localidad y su entorno:

Vindos do festival de cinema de Punta del Este (Uruguai), um grupo de estrelas de Hollywood desembarcou ontem no Rio. Entre elas, Lana Turner, que disse que seu maior desejo é realizar um filme onde desempenhe um papel de acordo com a sua "condição de mulher" ("Folha da Noite", 13/3/1957)¹²⁸.

La internacionalización de Punta se remonta a la década de 1950, especialmente, tal como da cuenta la cita anterior revivida por FdSP el pasado año, a partir de su acervo. Mientras que, a inicios de los 2000, cincuenta años más tarde reverbera la presencia de un *jet set* que sella la imagen del lugar así como resume un modo de vida propio de sí y de quienes en PdE se codean en un entorno donde la fama impregna, según sugiere en cita a continuación:

Punta del Este é conhecida em toda a América Latina como o parque de diversões dos argentinos ricos e da nobreza européia -onde o jet set toma champanhe em seus iates, aluga chalés mediterrâneos por US\$ 10 mil ao mês e passeia pelas calçadas de madeira com seus poodles franceses. As praias ladeadas de pinheiros são deliciosamente frescas mesmo no mais quente dos janeiros. E, quando chove, as grandes damas de Buenos Aires em visita à cidade se exercitam no Conrad Hotel usando diamantes e abrigos desenhados pelos estilistas italianos mais famosos, para que todos vejam¹²⁹.

El período estudiado encuentra ejemplos recurrentes, a través de FdSP, que abonan la asociación antes referida de una imagen de Punta del Este como espacio de sociabilidad para el *jet set* regional y global. En tal sentido, los nombres a mapear atraviesa Brasil a través de figuras como Pelé, Vinícius o el empresario del plástico Scarpa, sin dejar de contemplar nombre originados encima de los trópicos, como se expone en seguida:

Já passaram pela cidade Sting, Billy Idol, Tony Curtis, Adam West (protagonista da antiga série "Batman para a TV), Pelé e Gina Lollobrigida. O poeta Vinícius de Moraes virou até nome de bar na cidade depois de várias visitas¹³⁰. No bairro com o sugestivo nome de Beverly Hills, as atrações são as mansões de celebridades como Diego Maradona e verdadeiros castelos, como o de Nicolau Scarpa¹³¹.

No solamente se describe a PdE como lugar de famosos. Las noticias de celebridades en este lugar de baños, refuerzan la asociación del local como un escenario en que allí transitan cotidianamente. Estas celebridades ponen en la mira a PdE usualmente a través menciones

¹²⁸ CINEMA. ASTROS de hollywood visitam o rio de janeiro. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 18.mar.2007. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/cotidian/ff1803200709.htm> Acceso: 22.mar.2021.

¹²⁹ KRAUSS, Clifford. Punta del Este é vítima da crise argentina. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 14.jan.2001. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/mundo/ft1401200109.htm> Acceso: 2.abr.2021.

¹³⁰ PEREIRA, Sergio Luiz. Águas distintas banham a orla de Punta. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 20.abr.1995. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1995/4/20/turismo/20.html> Acceso: 2.abr.2021.

¹³¹ Frederico, CAROLINA. Punta invade mar com glamour dos anos 30. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 4.set.2000. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/fx0409200013.htm> Acceso: 2.abr.2021.

menores que indican su elección de dicho destino, es en esos momentos que la imagen del lugar se alimenta de aquella correspondencia. Al decir de Ortiz (2019), estar donde están las personas famosas, poderosas y ricas es “(...) *sinal inequívoco de distinção*” (p. 53). La materialidad de un lugar que concita a esas personas, permite proyectar simbólicamente una imagen de exclusividad y, por tanto, de deseo de estar y ser parte para quienes puedan cumplir con las condiciones de acceso a ello.

A continuación serán puestas en evidencias reminiscencias del periódico en estudio sobre cómo PdE surge, a modo de mención ocasional o reseña explícita, como universo de quienes detentan fama, fortuna y, eventualmente, sofisticación. Se agruparán las referencias de acuerdo a concordancias en área de actividad que atribuye reconocimiento, así como según orígenes de las figuras públicas a considerar, además de sus diferentes presencias mediáticas.

2.1.2.1. De Maradona a Ronaldo: menciones sostenidas en el tiempo

En los primeros días de enero de 2013¹³², tres diferentes reportajes de FdSP exponían que otro jugador internacional, a la vez que brasileño, Ronaldo Nazário, pasó año nuevo en Punta del Este con amigos y su nueva pareja. Mientras tanto, su anterior compañera había estado en Ibiza. Si las celebridades transitan un espacio social o circuito de sociabilidad internacional, ello es puesta en evidencia y Punta del Este emerge como una ciudad en mapa global. Las ciudades litorales recién nombradas, asociadas a la “magia” de un suntuoso hedonismo balneario (TOULIER, 2004), remiten a una circulación social más allá de limitaciones territoriales físicas. No es a través de los kilómetros de proximidad o distancia que se construye espacio social, sino a través de las relaciones de pertenencia y valores compartidos en uno u otro lugar al cual se logra acceder, según sostuvo Georg Simmel (1986, p.644) al señalar:

¹³² VEJA FOTOS das férias do ex-jogador Ronaldo com as filhas na Suíça. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 9.jan.2013. Disponible: <https://f5.folha.uol.com.br/celebridades/1212559-veja-fotos-das-ferias-do-ex-jogador-ronaldo-com-as-filhas-na-suica.shtml> Acceso: 2.abr.2021.

RECÉM-SEPARADA, Bia Antony posta foto com as amigas em Ibiza. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 30.dez.2012. Disponible: <https://f5.folha.uol.com.br/celebridades/1208318-recem-separada-bia-anthony-posta-foto-com-as-amigas-em-ibiza.shtml> Acceso: 2.abr.2021.

ÍRIS STEFANELLI vai passar Ano-Novo solteira pela primeira vez em anos. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 26.dez.2012. Disponible: <https://f5.folha.uol.com.br/celebridades/1206515-iris-stefanelli-vai-passar-ano-novo-solteira-pela-primeira-vez-em-anos.shtml> Acceso: 2.abr.2021.

No son las formas de la proximidad o distancia espaciales las que producen los fenómenos de la vecindad o extranjería [...]. Lo que tiene importancia social no es el espacio, sino el eslabonamiento y conexión de las partes del espacio, producidos por factores espirituales.

En enero del año 2000, Diego Maradona, fue objeto diario de reportajes en alusión a su estado crítico de salud, tras su internación en Punta del Este. Del 5 al 10 de enero de aquel año se publicaron cinco artículos en los cuales apenas se mencionaba al balneario, no obstante su asociación a la figura de una máxima figura del deporte predilecto de los brasileños merece atención como nexo con el lugar. Especialmente, dada la reiteración de tales menciones que sucedían no solamente en el periódico, pero que meramente en este se tornaron rutina. Del 16 al 19 de enero, otras cuatro notas mencionaron la situación del futbolista tras recaída que condujo a mencionar el episodio en PdE, como acotación en éste y demás casos. Del 21 de junio al 4 de agosto del mismo año otras cuatro notas vuelven a refrescar su estancia en PdE durante enero, donde fue tratado para luego viajar a Cuba.

En tanto el foco no es puesto sobre el balneario, el interés concitado por el astro futbolístico permite una vía rápida de exhibición, a través de aparición textual del balneario uruguayo. En una materia periodística posterior de la columna *Esportes*, publicada el 10 de enero del 2021, Maradona ya recuperado afirma haberse negado a iniciar carrera política por no querer robarle al pueblo. *"O político rouba, está demonstrado. Por que todos têm casas (nos balneários de) Pinamar, Mar del Plata, Punta del Este?"*, ironizou Maradona¹³³. Su nombre no es objeto de referencia explícita al balneario uruguayo, no evoca las virtudes o atributos del lugar pero aumenta el eco del mismo en tanto elección de esta figura de peso, en tanto su mención implica emergencia en un mapa mental del lector atento, aún aquel desatento, como área donde grandes figuras aterrizan. Sumadas, estas referencias sedimentan una imagen esperada, incorporada, naturalizada en torno al destino uruguayo.

El día 20 de enero de 2021, otra mención como las anteriores sucede: *"O que os argentinos temem é que se repita o ocorrido em 28 de dezembro de 1999, quando o astro de 40 anos sofreu uma crise cardíaca e de hipertensão quando veraneava no balneário uruguaio de Punta del Este, em decorrência do consumo excessivo de cocaína"*¹³⁴. El 2 de febrero

¹³³ MARADONA DIZ que não seguiu carreira política porque não é ladrão. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 10.jan.2001. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/esporte/ult92u11386.shtml> Acceso: 2.abr.2021.

¹³⁴ MARADONA PÁRA tratamento atrás de boemia e lucros. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 21.jan.2001. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk2101200103.htm> Acceso: 2.abr.2021.

siguiente, otra nota sobre su regreso a Cuba reitera aquel suceso. El 20 de abril posterior y 6 de mayo de 2004, se comentan avances de la estrella futbolística en Cuba y se menciona nuevamente el suceso acaecido en el balneario. El 31 de diciembre de 2009 reaparece una noticia de similares características¹³⁵, indicando que su entonces agente casi provocó muerte. El titular capta la atención, siendo la mención a PdE un dato menor pero que no deja de estar presente.

Las figuras del fútbol atraen la atención de un público amplio, posibilitando llegar tanto a aquellos para los cuales PdE pueda hacer eco, así como quienes no, de forma progresiva sedimentando “núcleos de sentido” (BARDIN, 1995) sobre qué esperar respecto de PdE. Un ejemplo diferente en el mismo sentido, que ameritó más de una noticia para el mismo asunto, responde a otros astros del fútbol:

Neymar Jr., 27, aterrizou em Punta del Este, no Uruguai, na madrugada desta quinta-feira (26). O craque da seleção brasileira irá se reunir com grandes nomes do futebol, como Lionel Messi, para a festa de dez anos de união do jogador Luis Suárez com a esposa Sofia Balbi.

A celebração do aniversário de casamento de Suárez com a esposa, acontece nesta quinta no Hotel Fasano, que fica a cerca de 20 quilômetros de Punta del Este e 150 quilômetros da capital do país, Montevideu. Com apenas 160 convidados, a festa será luxuosa e discreta¹³⁶.

En 2019, la fastuosidad del estilo de vida de los grandes futbolistas regionales-globales , así como sus figuras en sí mismas, median imágenes de la sofisticación esteña desde alusiones a un hotel de lujo a la altura de las circunstancias, entre otras manifestaciones¹³⁷. A través de tres diferentes publicaciones del diario brasileño en referencia al encuentro de Neymar, Suárez y Messi. Las noticias parecen dirigirse a un público versátil, al igual que sucedía en cada redacción que mencionaba PdE en FdSP, vuelve a aclararse la localización del balneario en Uruguay y a más de 100km de la capital del país; para unos la imagen de PdE allí proyectada será un descubrimiento, para otros se verá reforzada o complementada respecto de cuanto podían dimensionar previo a tales lecturas.

¹³⁵ MÉDICO DIZ que agente quase "matou" ídolo. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 31.dez.2009. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk3112200909.htm> Acceso: 2.abr.2021.

¹³⁶ COM FESTA luxuosa, Suárez renova votos de casamento e celebra ao lado Messi e Neymar. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 27.dez.2019. Disponible: <https://f5.folha.uol.com.br/celebridades/2019/12/com-festa-luxuosa-suarez-renova-votos-de-casamento-e-celebr-a-ao-lado-messi-e-neymar.shtml> Acceso: 2.abr.2021.

¹³⁷ RENOVACÃO DE votos do jogador Luis Suárez com a esposa Sofi Balbi, em Punta del Este. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 27.dez.2019. Disponible: <https://fotografia.folha.uol.com.br/galerias/1654087792870686-renovacao-de-votos-do-jogador-luis-suarez-com-a-esposa-sofi-balbi-em-punta-del-este#foto-1654087793127101> Fotogalería online. Acceso: 2.abr.2021

Otros futbolistas como el uruguayo Gonzalo Carneiro del Club São Paulo, surge en FdSP mientras se informa que “(...) *aos fins de semana, são comuns as visitas da família do são-paulino à casa de Zalayeta no balneário de Punta del Leste*”¹³⁸. Otras menciones a concentraciones en PdE, pasaje de deportistas argentino-uruguayos por el destino, entre otras, también se encuentran entre las páginas de FdSP.

2.1.2.2. De Shakira a Roberto Carlos y Julio Iglesias: trascender el lugar

El breve artículo titulado “*Shakira grava novo CD no Uruguai*”¹³⁹ indica en el 2000 que la artista y familia “(...) *estão hospedados em uma chácara no balneário de Punta del Este, 135 km a oeste de Montevideu*”. Se establece su presencia en el balneario, siguiendo la práctica de aquel entonces de situar respecto de la capital como punto de referencia, debido a un viaje por trabajo a Uruguay. Es en la sección *Ilustrada* de FdSP que surge esta mención, algo habitual en este suplemento al que atañe el cotidiano de figuras varias de las industrias culturales; en este caso, la nota es tomada de *Reuters* para ser reproducida. Otra posterior redacción, en igual sección aunque tomada de EFE, en 2008 informa su próximo casamiento en el balneario: “*A cantora colombiana Shakira e o argentino Antonio de la Rúa podem se casar em San Carlos, cidade uruguaia próxima à turística Punta del Este e cujo cartório já foi sondado pelo casal*”¹⁴⁰.

Meses más tarde, otra noticia de *Ilustrada* proveniente de EFE una vez más, informa que Shakira acepta una sesión de fotos con periodistas a cambio de no ser incomodada futuramente¹⁴¹. Se pone en evidencia entonces la elección de Uruguay como destino de vacaciones, particularmente su permanencia en PdE con referencias al nombre de su casa, acompañando tradición local de darles nombre. Por último, cabe señalar una cuarta nota

¹³⁸ RODRIGUES, Bruno. Suspenso por doping, são-paulino treina em sindicato após internação. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 12.fev.2020. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2020/02/suspenso-por-doping-sao-paulino-treina-em-sindicato-apos-internacao.shtml> Acceso: 2.abr.2021.

¹³⁹ SHAKIRA GRAVA novo CD no Uruguai. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 29.set.2000. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u4626.shtml> Acceso: 4.abr.2021.

¹⁴⁰ URUGUAI ESPERA casamento de Shakira com argentino. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 31.jan.2008. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2008/01/368780-uruguai-espera-casamento-de-shakira-com-argentino.shtml> Acceso: 4.abr.2021.

¹⁴¹ SHAKIRA FAZ sessão de fotos em troca de "paz" nas férias. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 20.dez.2008. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2008/12/481903-shakira-faz-sessao-de-fotos-em-troca-de-paz-nas-ferias.shtml> Acceso: 4.abr.2021.

también de Efe en *Ilustrada*, publicada en 2011, con alusión en mayor grado explícita al área balnearia. Se informa de “(...) seu retorno ao lugar no qual costumava passar as férias de verão com seu ex-namorado, o argentino Antonio de la Rúa”¹⁴², para participar de un recital. Se retratan exigencias de la artista al tiempo que se exhibe al balneario: ““Pediú muitas guloseimas, doces e balas”, explicaram as fontes do Hotel Conrad, que com 296 quartos e 30 suítes é um dos mais exclusivos deste balneário frequentado pela elite da América Latina”. Su relación conyugal con un argentino de familia habituada a PdE conectó a una colombiana que a su vez media proyecciones de imágenes del destino en Brasil y más allá.

Con el titular “Roberto Carlos vai fazer show em cassino do Uruguai” (2008)¹⁴³, se informa que tras haber reencontrado su público nuevayorquino en el *Madison Square Garden*, semanas después en junio de 2008 “(...) se apresenta no Conrad Punta del Este Resort e Casino”. Una vez más, encontramos flujos de movilidades que, al igual que los “circuitos” sobre los que teoriza José Guilherme Magnani (2014), en tanto puntos en el mapa urbano discontinuos pero que reúnen a interesados en un aspecto común de los mismos, las salas de eventos de una ciudad en el Atlántico Sur trazan circuitos de contacto con otra del Atlántico Norte. Ello, permite dirigir miradas turísticas (URRY, 2004), a través de una mediación comunicacional como FdSP, entre tantas otras, al proyectar cosmopolitismo.

PdE, en tanto lugar de pasaje de celebridades y sede de eventos internacionales promovidos por las mismas, se reafirma al recibir a una estrella brasileña poco después de su último show, realizado en Nueva York. Especialmente, cuando dirigidas tales alusiones a un público brasileño de capas medias a altas, como el de FdSP. Tras una década sin recitales, el astro volvía y elegía tanto Nueva York como Punta del Este, colmando plateas. Asimismo, otra vez en *Ilustrada*, una nota breve informa en setiembre de aquel mismo año que: “Supersticioso, Roberto Carlos surpreendeu sua equipe ao marcar show para uma sexta-feira, 13. Nesta data, no mês de novembro, ele se apresenta em um cassino em Punta del Este, no Uruguai”¹⁴⁴.

¹⁴² SHAKIRA VIAJA com chef particular e pede muita água no camarim. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 4.mar.2011. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2011/03/884586-shakira-viaja-com-chef-particular-e-pede-muita-agua-no-camarim.shtml> Acceso: 4.abr.2021.

¹⁴³ ROBERTO CARLOS vai fazer show em cassino do Uruguai. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 4.jun.2008. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2008/06/408786-roberto-carlos-vai-fazer-show-em-cassino-do-uruguai.shtml> Acceso: 4.abr.2021.

¹⁴⁴ BERGAMO, Mônica. Folhinha. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 1.set.2009. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq0109200907.htm> Acceso: 4.abr.2021.

Pequeñas menciones, en secciones de amplia llegada a partir de una figura convocante, componen imágenes de PdE, ya sea quien lea opte por contratar un *pacote de viagem* que lleve al espectáculo o simplemente entre en contacto con un destino que se muestra a través de un nombre que concita copiosa atención.

En noviembre, luego del espectáculo, *Ilustrada*¹⁴⁵ da a conocer la autorización de la red Globo a la cadena Band para entrevistar a Roberto Carlos, ahondando el texto sobre un asunto distante de Punta del Este. No obstante, al mismo tiempo se aclara que “(...) a entrevista foi gravada em Punta Del Este (Uruguai), depois de um show de Roberto Carlos, em homenagem aos 12 anos do «Conrad Punta Del Este Resort & Cassino»”. Tal efímera mención, dada la magnitud de la atención sustraída hacia el astro de la música, adquiere trascendencia. El hotel a cargo del evento, así como de los vuelos chárter a éste asociado, de un casino, spa y pomposos restaurantes no deja de estar presente lateralmente, evocando cuanto significa aquel artista y su marca en sí misma. En enero de 2015 habrá otro show, también objeto de mención¹⁴⁶.

En 2007, de nuevo en la sección *Ilustrada*, se menciona que “O cantor espanhol Julio Iglesias vai montar uma espécie de feudo particular em Punta del Este, no Uruguai. O músico está construindo 18 casas ao redor de sua mansão no balneário uruguaio, para vender aos amigos interessados”¹⁴⁷. En febrero de 2008, *ilustrada* anuncia futura *tour* del artista en lengua española de mayores ventas en Brasil, Julio Iglesias. La nota aclara que “Folha acompanhou o concerto realizado em Punta del Este, no Uruguai, e falou com o artista”, quien enfatiza recordar al balneario y evita permanecer en él dadas las tentaciones que significan sus seguidoras allí presentes. En consonancia, para enero de 2010¹⁴⁸ *Ilustrada* a través de France Presse publica una breve nota en la que se se menciona reiteradamente a PdE, mientras son resaltadas peripecias de la sexualidad del cantante y cómo ésta era vivida en el balneario. La

¹⁴⁵ CORRÊA, Sílvia. Outro Canal: Globo libera Roberto Carlos para a Band. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 27.nov.2009. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2009/11/658507-outro-canal-globo-libera-roberto-carlos-para-a-band.shtml> Acceso: 4.abr.2021.

¹⁴⁶ BERGAMO, Mônica. Curto-Circuito. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 12.jan.2015. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/monicabergamo/2015/01/1573080-juca-ferreira-toma-posse-sob-pressao-de-servidores-que-cobram-reajuste.shtml> Acceso: 4.abr.2021.

¹⁴⁷ BERGAMO, Mônica. Boa Vizinhança. Casa Própria. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 2.nov.2007. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/bsp/ilustrad/fq0211200709.htm> Acceso: 5.abr.2021.

¹⁴⁸ "NÃO CONSEGUIA entrar no palco sem ter feito sexo", diz Julio Iglesias. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 16.jan.2010. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2010/01/679905-nao-conseguia-entrar-no-palco-sem-ter-feito-sexo-diz-julio-iglesias.shtml> Acceso: 8.abr.2021

imagen de un destino del *jet set* adquiere trascendencia, a través de menciones reiteradas que podrían ser estas u otras. FdSP surge como recorte, las mismas han circulado eventualmente en TV, redes sociales, radio, otros medios de prensa, boca a boca.

Por otra parte, no han de olvidarse las estrellas propias del este uruguayo, sembradas desde la localidad balnearia, como el artista plástico Carlos Paez Vilaró. Quién ha merecido un número de reportajes aún mayor a varias de las personalidades públicas hasta aquí nombrados. Ello, como aspecto trascendente para pensar PdE no sólo a través de FdSP, sino desde cuanto este periódico permite indagar sobre un posicionamiento amplio del balneario, consolidando su imagen en Brasil, así como incidiendo en aquella del Uruguay. Al respecto, entre otros asuntos, se ahondará en próximos capítulos de esta tesis.

2.1.2.3. Otros célebres brasileños en Punta del Este

En las líneas de sociedad y cultura publicadas en *Ilustrada* de FdSP se torna habitual encontrar a Punta del Este, especialmente durante el verano, como un instigante reducto al alcance de *socialités* paulistas.

La columnista Mónica Bergamo se encarga de dar seguimiento desde SP a la efervescencia del verano en la confluencia del Río de la Plata y el Océano Atlántico. Su pluma informa en marzo de 2000 que: “*Fernanda Montenegro, Ivo Pitanguy e Ocimar Versolato serão homenageados em Punta del Este, no próximo dia 11, como os brasileiros de maior expressão internacional*”¹⁴⁹. Entre fines de la década de 1990 y principios del 2000, año a año FdSP cubría el Festival de Cine de Punta del Este, así como acompañó las dos ediciones del Festival Mercocine de 1999 y 2000, desde una especial referencia a las producciones brasileñas participantes, que sus organizadores tuvieron el cometido de promover y FdSP de divulgar. A pesar de que obtuvieron galardones diferentes filmes brasileños como *Tatuagem*, mejor película en 2014, la difusión antes acostumbrada estuvo ausente salvo excepciones puntuales. No obstante, persiste desde otras referencias la asociación a PdE como ciudad de eventos artísticos y figuras del ramo.

¹⁴⁹ BERGAMO, Mônica. Curto-Circuito. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 8.mar.2000. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq0803200003.htm> Acceso: 8.abr.2021.

En febrero de 1999, el enviado José Couto informa en *Ilustrada* en el título de su artículo que “Fernanda Montenegro é musa no Mercocine”, indicando que la actriz “(...) recebeu consagração e assédio dignos de uma «superstar» em sua passagem de três dias pelo Uruguai, onde veio apresentar o filme «Central do Brasil», que marcou a abertura da primeira edição do Festival de Cinema do Mercosul (Mercocine), em Punta del Este.”¹⁵⁰ La nota mencionará el lujo del “(...) luxuoso, faraônico e cafona Conrad” donde se hospedó en Punta del Este tras llegar allí en una de las limousines del complejo hotelero, lo cual se describe agregando periplos de ese viaje. Una imagen del balneario como epicentro costero del MERCOSUR es dado a entrever en esta y otras menciones, sin sostenerse tras declive económico de 2001 y su impacto al regionalismo abierto del MERCOSUR.

MÔNICA BERGAMO

EXCLUSIVO



Marisa convocou Wanderley Nunes



Marta será penteador por Celso Kamura



Margareth Palocci escolheu Yumi, de Ribelirão

Cada cabeça, uma sentença

Desse luxo, elas não a brem mão: o cabeleireiro exclusivo no dia da posse de Lula na Presidência.

No dia 1º, estarão lá, a postos, os seguintes “hair designers”: Wanderley Nunes, do W, de São Paulo, que viaja a Brasília só para pentear a primeira-dama, Marisa (o penteado, segundo ele, será “no estilo Catherine Deneuve: liso, bem estruturado, clássico”); Celso Kamura, que desembarca na capital para cuidar do visual da prefeita Marta Suplicy, de São Paulo, e de sua superamiga Eleonora Mendes Caldeira; Dora Novais, do Beka, que vai ajeitar os cabelos de Leonor Bastos, a elegante mulher do futuro ministro da Justiça, Márcio Thomaz Bastos.

Um pouco mais de longe chegará Yumi Hamamoto, do Nostro Look, de Ribeirão Preto. Ela vai pentear, com exclusividade, a família. Anto-

nio Palocci: a médica Margareth, mulher do futuro ministro da Fazenda, e mais a mãe e a filha dele, Carol, de 11 anos.

Vai ser uma festa só: com exceção de Wanderley, que vai se trancafiar na Granja do Torto para pentear Marisa, todos vão se encontrar no Hello Diffusão dos Coiffeurs, um dos salões mais badalados de Brasília. Helio Nakatshi, dono do estúdio, está a mil: dobrou a equipe, para cem pessoas, e já está providenciando champagne francesa para servir às clientes. “Vai ser tudo de mais bonito, glamoroso e maravilhoso. Mas, ao mesmo tempo, muito simples”, diz ele.

Wanderley tinha planejado desembarcar em Brasília no dia 1º (ele está descansando em Trancoço, na Bahia), mas Marisa pediu que ele fosse um dia antes, no 31. O cabeleireiro adianta que já aparou e escureceu um pouco o cabe-

lo de Marisa, que agora é loiro-mel. No grande dia, ele só vai pentear-la no estilo “Catherine”.

Wanderley, que é também cabeleireiro de Gisele Bündchen, viajardá todo equipado: vai levar uma máquina fotográfica digital, com a qual clicará Marisa depois de penteada. Transferirá então a imagem para um laptop. Ali ela será ampliada, e Wanderley fará uma análise fotográfica do penteado. Todo o cuidado é pouco para que Marisa apareça impecável nas TVs e nos jornais do dia seguinte.

Margareth Palocci também já cortou os cabelos e tingiu, de castanho. Está usando um Chanel replicado. “Ela é bem simples, não gosta de peruca. Mas é moderninha, gosta de umas pontas e de coisas um pouco diferentes”, diz Yumi Hamamoto, que cuida do visual de Margareth há dez anos.

AGORA VAMOS

Lula já acertou pelo menos um ministro e deverá manter o plano de colocar sua equipe num ônibus para uma viagem a algum lugar pobre do Brasil. O destino mais provável é o Vale do Jequitinhonha (MG). O “tour” poderá acontecer em janeiro.

CHÁ

Marta Suplicy está curtindo alguns dias de descanso em Punta del Este (Uruguai). A assessora da prefeita não confirma a viagem. Diz apenas que ela continua despachando normalmente com a equipe, mesmo longe do gabinete.

ALUGUEL

A direção da TV Bandeirantes e emissários da Igreja Universal, dona da TV Record, andaram conversando sobre a possibilidade de a Band arrendar alguns horários nobres para a Record.

A idéia, no entanto, não tem encontrado terreno fértil dentro da Band.

ÚLTIMO ATO

A loja Ralph Lauren do shopping Pátio Higienópolis está dando seus últimos suspiros. Na semana do Natal, as prateleiras estavam vazias, com duas vendedoras. De mercadorias à venda, somente calças masculinas em tamanhos grandes. A última camisa social da loja era da vitrine — que não poderia ser vendida porque o manequim iria ficar pelado.

A loja é uma das sete da marca que o grupo argentino Excel explora no Brasil. O fechamento de pelo menos quatro delas já foi anunciado pela empresa e deve acontecer nos próximos meses.

ORIENTE

O designer gráfico Shigeo Fukuda, um dos mais importantes do Japão, negocia sua primeira vinda a São Paulo. Vai montar, em 2004, uma grande exposição que unirá o Instituto Tomie Ohtake e o Centro Cultural Banco do Brasil. A única visita do artista folhá dez anos, na Rio 92.

DO BEM

A campanha do Tieton (programa que arrecada recursos para a Associação de Assistência à Criança Deficiente) bateu recorde de captação este ano: cerca de R\$16 milhões. Com este dinheiro será construído um centro de reabilitação da entidade, na cidade de Osasco. A inauguração está prevista para o terceiro trimestre de 2003.

BALALAICA

A modelo russa Tatiána U., que estreou a última campanha do estilista Alexander McQueen, será fotografada nos próximos dias em Nova York para a nova campanha da Spetzato.

Daniela Cicarelli foi a última modelo a posar para a marca.

@ -> bergamo@folha.sp.com.br

CONCLIO GUIMARAES
EALVARO LEME



PESSEGO A dermatologista Adriana Vilarinho tem Gisele Bündchen e Naomi Campbell entre seus clientes; uma das maiores especialistas em botox do Brasil, ela parte em fevereiro para o congresso da Academia Americana de Dermatologia, em São Francisco

Figura 14 - Columna Social de Mônica Bergamo, Ilustrada, Folha de São Paulo 28/12/ 2002.

¹⁵⁰ COUTO, José Geraldo. Fernanda Montenegro é musa no Mercocine. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 23.fev.1999. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq23029908.htm> Acceso: 8.abr.2021.

En 2002, la perspicaz columna de Bergamo informa que la entonces prefecta petista “(...) *Marta Suplicy está curtindo alguns dias de descanso em Punta del Este (Uruguai)*”¹⁵¹. En 2003 se relata el pasaje de la política por Buenos Aires a fines de diciembre, junto a su esposo argentino, con quien “(...) *esticaram para Punta del Este*”, para pasar reveillon en la Av. Paulista y acompañar la asunción de Lula en Brasilia al día siguiente¹⁵². En 2004, se leía:

*Cadê a prefeita Marta Suplicy? Viajou no dia 24 e volta no dia 30. Para onde? Na quinta-feira, sua assessoria não informava onde ela estava. Não informava se estava na cidade que governa nem no país onde tem domicílio. Talvez estivesse em Punta del Este*¹⁵³.

La localización en el área de figuras como Suplicy, colaboran en cartografiar un sello de distinción entre cuanto el destino ofrece y sus visitantes le transfieren. A pesar de resultar un pie en el zapato de la política que se le endilgue haber estado en un destino ostentoso, la evasión en demostrar su permanencia deviene en reforzar la imagen de un lugar para *socialités*.

En FdSP puede acompañarse la presencia de figuras mediáticas y de un *establishment* brasileño en Punta del Este, a pesar de resultar en un diario a cientos de kilómetros del balneario pero inserto en un circuito cercano a círculos sociales que interesan al medio. “Las interrelaciones que se suscitan entre quienes se encuentran en su aire marítimo hablan de una espacialidad social común a la de la ciudad capital, ciudad puerto, ciudad comercial u otras. Aunque es una espacialidad también propia, una arena particular” (CAJARVILLE, 2021, p130). A través de una agenda enclavada en PdE a través de acciones de promotores públicos y privados, así como de la elección de particulares mediadas por cuanto lo anterior ofrece en el paisaje esteño, la mirada de FdSP se posa en esas costas como un litoral que desde sus intereses editoriales vale la pena mirar.

En tal sentido es que se informa en 2010, en uno de tantos breves cosmopolitas de Mónica Bergamo, que los magnates que forman “(...) *o casal Chella e Moise Safra, do Banco Safra, passa o Réveillon em Punta del Este, no Uruguai. De lá, seguem para Nova York, para acompanhar o nascimento de mais um neto*”. A las vez que “(...) *quem também desembarca*

¹⁵¹ BERGAMO, Mônica. Chá. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 28.dez.2002. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2812200208.htm> Acceso: 8.abr.2021.

¹⁵² BERGAMO, Mônica. Parabéns, papai. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 3.jan.2003. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq0301200309.htm> Acceso: 8.abr.2021.

¹⁵³ GASPARI, Elio. Fernando Campos Salles foi salvo pela alma de JK. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 29.dez.2002. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc2912200219.htm> Acceso: 8.abr.2021 columna brasil.

*em Punta é Carolina Andraus Miranda e o marido, o ex-senador Gilberto Miranda. Eles passam o Réveillon no barco do casal, um veleiro dos anos 20*¹⁵⁴. El matrimonio en Punta, el lujo marítimo, el tránsito de PdE al mundo surgen como piezas indisociables de una imagen de enclave de élites globalizadas respectos de las cuales Brasil tiene su cuotaparte. Bergamo, desde su escueta pluma resulta certera en sus mensajes para un público que mira dónde están aquellos que, a su vez, se desea mirar.

En otro ejemplo, ya no de *Ilustrada* sino de la sección *Mercado*, se leen referencias a un asiduo veraneante en Punta del Este:

*Um dos carros mais caros do mundo, o modelo top da Mercedes, o SLR McLaren, foi adquirido recentemente por três brasileiros. A máquina custa R\$ 2,6 milhões. Um dos felizardos foi o empresário Alexandre Grendene, que comprou o carro no Sul do país e o deixou em Punta del Este, no Uruguai. O segundo é da família Ermírio de Moraes. O terceiro não é conhecido*¹⁵⁵.

Otras menciones condicen con lo anterior tales como la difusión de recitales en Punta del Este (ej. *Paralamas do Sucesso*, en 2003¹⁵⁶), o referencias explícitas a una imagen de lujo y sofisticación, “*os 'looks' das famosas no Réveillon 2019*” en un listado de celebridades que posan en Miami, Fernando de Noronha, Trancoso, mientras la actriz de Globo “*Marina Ruy Barbosa usa macacão de prata com decote generoso durante a virada em Punta del Este, no Uruguai*”¹⁵⁷. En otras palabras, acercarse a Punta del Este es garantía de *requinte* hasta donde puede leerse, o interpretarse, desde un atento público lector de la paulista FdSP.

2.1.2.4. Otros célebres extranjeros en Punta del Este

En 2004, en FdSP no se deja de informar que “*Naomi Campbell passa férias em Punta del Este*”, durante dos semanas en la “*chácara "Gin Tonic", do milionário italiano Giuseppe Cipriani*”, mientras aprovecha la vida nocturna, toma sol y hace gimnasia. Según detalla la nota de France Press que *Ilustrada* recupera¹⁵⁸. Mientras tanto, en 2007, Mônica Bergamo, en

¹⁵⁴ BERGAMO, Mônica. Punta É Logo Ali. Punta É Logo Ali 2. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 25.dez.2010. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2512201010.htm> Acceso: 8.abr.2021.

¹⁵⁵ BARROS, Guilherme. Brasil ganha seu 3º Mercedes SLR McLaren. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 16.fev.2007. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/dinheiro/fi1602200701.htm> Acceso: 8.abr.2021

¹⁵⁶ PARALAMAS DO Sucesso fazem show no Uruguai. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 31.out.2003. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u38424.shtml> Acceso: 8.abr.2021.

¹⁵⁷ CONFIRA OS 'looks' das famosas no Réveillon 2019. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 1.jan.2019. Disponible: <https://fotografia.folha.uol.com.br/galerias/1621469536879547-confira-os-looks-das-famosas-no-reveillon-2019> Acceso: 8.abr.2021.

¹⁵⁸ NAOMI CAMPBELL passa férias em Punta del Este. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 29.dez.2004. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u48673.shtml> Acceso: 8.abr.2021.

sus incisivos breves periodísticos acotaba que: “(...) *A top russa Natalia Vodianova deve terminar em janeiro a obra de sua casa em Punta del Este. Com 5.000 m2, terá uma boate de 1.000 m2 no subsolo, para que ela e o marido, Justin Portman, possam dançar sem incomodar a vizinhança*”¹⁵⁹. La antes referida columna social, trae a sus páginas tanto a figuras nacionales como internacionales, sedimentando una ostensible imagen ligada a *socialités* y *jet set*.



Figura 15 - Folha de São Paulo, 31/01/2013.

En 2011, se lee en FdSP que el líder de *Metallica* apedrea a un fotógrafo en proximidades de Punta del Este¹⁶⁰. A fines de aquel año, Marck Zuckerberg pasa Navidad y Réveillon en

¹⁵⁹ BERGAMO, Mônica. Boa Vizinhança. Casa Própria. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 2.nov.2007. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq0211200709.htm> Acceso: 5.abr.2021.

¹⁶⁰ LÍDER DO Metallica é acusado de apedrejar fotógrafo no Uruguai. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 30.dez.2011. Disponible: <https://f5.folha.uol.com.br/celebridades/1028246-lider-do-metallica-e-acusado-de-apedrejar-fotografo-no-urugua-i.shtml> Acceso: 8.abr.2021.

Floripa para después viajar a Punta del Este¹⁶¹, algo que será vuelto a traer semanas después en artículo de la imagen, el cual evoca una de varias fotografías de la costa esteña que suelen repetirse en páginas de FdSP sobre el balneario. En 2013, un artículo de la sección *Turismo* destacando visitas anteriores como esa, además de otras como la de la familia Trump¹⁶², mientras se recorren otras imágenes de PdE más allá de su asociación a circuitos de ricos y famosos. Volviendo a ello, se informa en 2012 a través de artículo original de la agencia de noticias *France Presse*, una presunta negociación que llevaría a los *Rolling Stones*, no por casualidad, a un destino con las condiciones materiales y simbólicas como Punta del Este:

*A banda nunca esteve no Uruguai, e o hotel e cassino Conrad, visitado durante todo o ano pela elite de Buenos Aires (Argentina) e de São Paulo fez agora um contato inicial para levar a banda ao país durante sua turnê, que em novembro passará pela América do Sul, com apresentações em Argentina e Brasil*¹⁶³.

Mientras que, en 2006 se informaba que: “*A cantora argentina Mercedes Sosa se apresentará na terça-feira no hotel Conrad de Punta del Este, principal balneário uruguaio, localizado 130 quilômetros a leste de Montevideu (Uruguai)*”¹⁶⁴. Aún era necesario y/o esperado aclarar la localización del destino turístico.

Por otro lado mientras una noticia de febrero de 2008¹⁶⁵ apenas menciona que Bob Dylan cerrará su tourné latinoamericana en el Hotel Conrad de Punta del Este, sin mayores alusiones a este balneario meritorio de su visita. No obstante, una nota breve del 22 de marzo de llamativo título¹⁶⁶, al estilo de los contemporáneos *click-bait*, aclara que:

O cantor norte-americano Bob Dylan se disfarçou de mulher, anteontem, para passear de bicicleta por Punta del Este, no Uruguai. Ele encerrou, na noite de anteontem, a sua turnê latino-americana, que passou também por Rio e São Paulo. Segundo informações do setor de relações públicas do hotel Conrad à agência de notícias France Presse, Bob Dylan "aproveitou o bom clima e a tranquilidade do balneário e saiu para dar um passeio de bicicleta, disfarçado de mulher para evitar a perseguição de fanáticos e da imprensa".

¹⁶¹ MARK ZUCKERBERG passou Réveillon em Florianópolis, diz jornal. 5.jan.2012. Disponible: <https://f5.folha.uol.com.br/celebridades/1030070-mark-zuckerberg-passou-reveillon-em-florianopolis-diz-jornal.shtml> Acceso: 9.abr.2021.

¹⁶² MOTA, Denise. Zuckerberg e Ronaldo estão entre os habitués de Punta. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 31.jan.2013. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2013/01/1223027-zuckerberg-e-ronaldo-estao-entre-os-habitués-de-punta.shtml> Acceso: 6.fev.2021.

¹⁶³ PUNTA DEL Este tenta abrigar show dos Rolling Stones. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 23.jun.2003. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u34320.shtml> Acceso: 9.abr.2021.

¹⁶⁴ MERCEDES SOSA faz show em Punta del Este. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 9.jan.2006. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u56644.shtml> Acceso: 9.abr.2021.

¹⁶⁵ BOB DYLAN exige comida orgânica e quarto ventilado no Uruguai. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 14.fev.2008. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2008/02/372383-bob-dylan-exige-comida-organica-e-quarto-ventilado-no-uruguai.shtml> Acceso: 9.abr.2021.

¹⁶⁶ BOB DYLAN se veste de mulher e passeia de bicicleta no Uruguai. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 22.mar.2008. Disponible en: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2203200833.htm> Acceso: 9.jul.2021.

Lo extravagante se encuentra con lo grotesco, junto al balneario de eventos fastuosos a la vez tranquilo y de buen clima; estas descripciones en torno a un futuro Premio Nobel se dan cita en una breve mención que podría pasar desapercibida, de no ser por sus estrafalarios ribetes. Al mismo tiempo, contraccaras también pueden observarse. Cristina Peri - Rossi, la más última vencedora del Premio Cervantes cita a Punta del Este como el lugar donde conoció a la cantante de música popular brasileña Maysa, en otra materia periodística¹⁶⁷, de la pluma de la corresponsal de FdSP para América Latina, Sylvia Colombo. Una uruguaya laureada, hace referencia a una reconocida cantante brasileña, a través de PdE, en un ejemplo más de alusiones brasileñas a partir del balneario. Mientras que, en clave literaria, pudo leer también en FdSP que en José Ignacio “(...) *viveu, por alguns anos, o escritor britânico Martin Amis, com a mulher uruguaia e os filhos*”¹⁶⁸.

2.1.2.5. Televisión y cine

Folha de São Paulo habitualmente reproduce las producciones de otros medios tales como televisión, cine, radio que en ciertos momentos vehiculan contenidos sobre PdE. Alusiones que suceden con cierta frecuencia, reforzando categorizaciones del lugar como destino mediático y/o de celebridades ligadas a diferentes medios. *Ilustrada*, surge como sección protagonista de ello, pero no solamente, posibilitando esa y otras secciones diálogos intertextuales entre diferentes canales de comunicación.

El reportaje de 2006 titulado “*Amaury cobra entrevistas, mas nega bajar*”¹⁶⁹, *ahonda sobre las actividades de “telecolumismo social” del presentador de famosos la relación entre el Hotel Conrad Resort y el Programa Amaury Jr de Rede TV:*

O Conrad Punta Del Este já é personagem do programa, não?

Amaury - É patrocinador há oito anos. Uno o útil ao agradável. Punta é um lugar bonito, cheio de celebridades. Divulgo o Conrad, que é a parte contratual, e o uso

¹⁶⁷ COLOMBO, Sylvia. Coletânea de contos da uruguaia Cristina Peri Rossi é lançada no Brasil. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 25.nov.2017. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2017/11/1937996-coletanea-de-contos-da-uruguaia-cristina-peri-rossi-e-lancado-no-brasil.shtml> Acceso: 10.abr.2021.

¹⁶⁸ COLOMBO, Sylvia. Argentino mira brasileiros no Uruguai. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 12 fev. 2012. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/mercado/25362-argentino-mira-brasileiros-no-uruguai.shtml> Acceso: 12.abr.2021.

¹⁶⁹ MATTOS, Laura. Amaury cobra entrevistas, mas nega bajar. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 7.abr.2006. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq0704200631.htm> Acceso: 12.abr.2021.

para entrevistas. Eles põem a entrevista ao Brasil no contrato com artistas que se apresentam lá.

Al tiempo que reafirma el carácter contractual de su programación, refuerza la pertinencia de ésta al darse en un lugar que efectivamente está “*cheio de felicidades*” según indica tras bastidores el entrevistado.

En febrero de 2016, *Ilustrada*¹⁷⁰ publica el titular “*Uruguai investe para que Globo grave novela 'Totalmente Demais' no país*”, citando luego a la Ministra de Turismo Liliam Kechichián indicando la “*(...) possibilidade de projeção do país*”. En tanto que “*(...) as locações escolhidas são Punta del Este, balneário do litoral atlântico, e Montevideu*”. Al informar de la grabación de 4 capítulos de una novela central de la Red Globo no se ahonda en imágenes de PdE pero se muestra la acción pública y corporativa por colocar al país, como mensaje para propios inversores. Asimismo, una inversión pública en mostrar al país ante un medio particular (Globo) repercute en FdSP, así como en otros ámbitos.

En 2013, nuevamente en misma sección del diario paulista¹⁷¹, se informa que:

O programa "E! Specials" vai à cidade de Punta del Este, no Uruguai, mostrar o melhor do local. Desde meados de dezembro, a cidade se enche de turistas e celebridades em busca de diversão.

A repórter Soledad Ainesa visita as praias mais bonitas da cidade, fala sobre a maré ideal para os surfistas, visita alguns dos hotéis e restaurantes e retrata a vida noturna dos turistas que passam férias na cidade.

O programa acompanha também alguns dos eventos que acontecem em Punta, como o torneio de golfe no clube La Barra, um campeonato de polo, uma festa no luxuoso hotel Conrad e as festas de música eletrônica.

A través de formulaciones como ésta, el turismo como práctica cultural remite a un escape del cotidiano, a través de profusos estímulos a los sentidos que estimulan un distanciamiento de la rutina, según postula Urry (2004). El viaje virtual a través de contenidos audiovisuales como el recién descrito pone en circulación a un amplio público expresiones de una sociabilidad que remite a consumos del lujo, esos a las que acostumbran fracciones altas de la sociedad en sus viajes corpóreos, con menor periodicidad y familiaridad fracciones medias, de acuerdo esto último a cuanto señalan Nicolau Netto y Miraldi (2017) . La fotografía, el video, la escritura entre otros registros sedimentan tales procesos por sí solos y en confluencia mutua.

¹⁷⁰ URUGUAI INVESTE para que Globo grave novela 'Totalmente Demais' no país. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 26.fev.2016. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2016/02/1743683-uruguai-investe-para-que-globo-grave-novela-totalmente-demais-no-pais.shtml> Acceso: 12.abr.2021.

¹⁷¹ PRAIAS E vida noturna de Punta del Este são tema de atração do E! Folha de São Paulo [online], São Paulo, 28.fev.2013. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrada/96019-melhor-do-dia.shtml> Acceso: 12.abr.2021.

En 2006, se exhibe para Brasil el reality show *Hot Tour* en 15 episodios “(...) em que quatro playmates, em um luxuoso e paradisíaco cenário, farão de tudo para serem eleitas a garota latina mais sexy. (...) O programa foi integralmente gravado no hotel Mantra Resort Spa & Casino, na cidade de Punta del Este, no Uruguai”¹⁷². Indiscutidamente, el balneario emerge como escenario de ostentación y hedonismo, a través de vehículos masivos de comunicación que un medio como FdSP luego hace eco, en su papel de selección y difusión. Otros artículos de igual año narran sucesos de “(...) strip-teases em cassinos de Punta del Este”, en el marco del referido programa¹⁷³. Sin que el balneario sea asunto protagónico del artículo, su asociación transfiere miradas e incide la reflexividad sobre el destino. En esa línea, para 2005 se informa el estreno del programa “*Pra Valer*” de la emisora Band, en el que su presentadora Claudete Troiano “exibirá o que foi gravado em Punta del Este, Uruguai”, para mostrar las bellezas del lugar¹⁷⁴. Así como, en 2009, se indica un aumento de audiencia en *Pânico* dado algunos cuadros “como quando Sabrina e Christian Pior (Evandro Santo) foram às praias de Punta del Este, no Uruguai”¹⁷⁵. También pueden encontrarse viajes a Punta del Este como premios a certámenes televisivos¹⁷⁶.

Mientras que, entrado el 2021 y luego del recorte para esta investigación, se encuentran alusiones a *Amigas de Sorte* en FdSP¹⁷⁷, film sobre tres amigas que viajan a vivir un exacerbado lujo de casinos y fiestas puntaesteñas, tras un golpe de suerte al vencer en la lotería. La producción, que esperaba estrenarse en 2020 pero fuera pospuesta debido a la pandemia por COVID-19, reúne a renombradas actrices del *Star-system* brasileñas Susana Vieira, Arlete Salles, Rosi Campo, al tiempo que cuenta con un presupuesto y canal masivo de

¹⁷² BRASILEIRA PARTICIPA de reality show da Playboy TV. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 30.jun.2006. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u61967.shtml> Acceso: 12.abr.2021.

¹⁷³ NEVES, Lucas. Brasileiros conquistam fama na TV trash gringa. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 9.jul.2006. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq0907200614.htm> Acceso: 12.abr.2021.

¹⁷⁴ TEIXEIRA, Maria Rita. Claudete Troiano estréia hoje na Band ao lado da filha. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 26.set.2005. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u53754.shtml> Acceso: 12.abr.2021.

¹⁷⁵ "PÂNICO" AUMENTA audiência em relação ao domingo anterior. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 16.mar.2009. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2009/03/535568-panico-aumenta-audiencia-em-relacao-ao-domingo-anterior.shtml> Acceso: 12.abr.2021.

¹⁷⁶ APRESENTAÇÃO "QUASE patética" faz Justus demitir gaúcha Letícia. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 30.ago.2006. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u63872.shtml> Acceso: 12.abr.2021.

¹⁷⁷ 'Amigas de Sorte' aposta em trio de protagonistas já na maturidade. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 19.ago.2021. Disponible: <https://f5.folha.uol.com.br/cinema-e-series/2021/08/amigas-de-sorte-aposta-em-trio-de-protagonistas-ja-na-maturidade.shtml> Acceso: 05 abr. 2022.

difusión como el que asegura Red Globo. La producción amerita un análisis en sí mismo, el cual excede este estudio, en tanto refuerza las imágenes de ostentación, juego, vida nocturna, sol y playa afianzados sobre un Punta del Este de sofisticación urbana balnearia, siendo esa la imagen predominante frente a la emergencia de una imagen de lujo rústico.

2 / 14 Imagens do filme Amigas de Sorte



Cena do filme Amigas de Sorte com Rita (Rosi Campos), Nina (Arlete Salles) e Nelita (Susana Vieira) Bruno Costa/Divulgação

Figura 16 - Folha de São Paulo, Galería de Imágenes, 19/08/2021.

El 21 de setiembre de 2021 fue estrenado esta realización en *Globoplay*, plataforma de streaming de Red Globo, informándose dos días antes en el medio de prensa aquí analizado una reseña detallada de la construcción del filme, mediante entrevista a sus protagonistas y una sinopsis como la siguiente:

Na trama, as três personagens são amigas de infância que levam uma vida simples no Bexiga, em São Paulo, mas sonham em ficar ricas ganhando na loteria há 30 anos. Um dia, elas finalmente acertam os números sorteados e decidem fazer uma viagem juntas antes de contar para as respectivas famílias.

(...)

Em vez de ir para o Pantanal pescar, como contam para as pessoas próximas, as amigas vão parar em Punta del Este, no Uruguai. As filmagens se dividiram entre a capital paulista e a cidade litorânea e cheia de cassinos no país vizinho.

A partir de producciones audiovisuales otras distintas de las arriba mencionadas, Roberta Brandalise (2021) estudia el caso de telenovelas brasileñas recientes producidas por Globo en las que se menciona a Paraguay y, particularmente, a Ciudad del Este, como lugar de huida y escondite para villanos antagonistas de las mismas, “(...)um local que permite a impunidade e que gera dúvidas sobre a honestidade do povo”(p. 334), entre otras imágenes negativas. Si,

acaso, la nación y destino recién nombrados suenan para oídos desatentos como guturalmente próximos, respecto de la ciudad Punta del Este y el Uruguay, una percepción informada encuentra una amplio abanico de imágenes disonantes de lo anterior. Aunque, como se desarrollará en el apartado 2.2.4, tal vez las distancias resulten menos enjutas de lo que parecen. De una u otra forma, tal como sostiene Roberta Brandalise en diálogo con autores como Jesús Martín Barbero (1998), las producciones audiovisuales condensan estereotipos y representaciones, los cuales se reproducen y producen en la relación entre emisores y receptores.

A través de múltiples vehiculaciones, las hojas impresas y digitales del periódico FdSP permite ver una referenciación a través de pantallas de un suntuoso PdE de playas, diversión y agitación principalmente. Un público masivo aprecia tales imágenes desde señales de ostentación, en las que eventualmente surgen insinuaciones de una construcción concomitante de una distinción campestre y anti-urbana del área que, para el Brasil de FdSP, adquiere dimensiones de menor magnitud y mayor proximidad en el tiempo como se verá en próximos capítulos, respecto de otros emisores de imágenes con los que se propiciarán contrastes.

2.2. La civilidad esteña: un destino europeizado, estable, seguro y educado

A cidade do Rio de Janeiro, ávida por mostrarse moderna aos olhos do forasteiro, considerado como o turista civilizado, era preparada para receber as “correntes turísticas” na temporada de turismo internacional, que culminava no carnaval. Imensos transatlânticos fundeavam na Baía de Guanabara e eram saudados pela população e pela imprensa com entusiasmo e curiosidade. Desembarcavam desses gigantes dos mares turistas da Europa, dos Estados Unidos, da Argentina e do Uruguai que representavam o ideal de civilização: famílias aristocráticas, industriais bem sucedidos, artistas renomados, esportistas de prestígio (GUIMARAES, 2012, p. 76).

En un periódico como FdSP se ha escrito sobre el destino aquí estudiado: “(...) *Punta del Este, a 145 km de Montevideu, no Uruguai, é uma sucessão de imagens agradáveis, bonitas, civilizadas*”¹⁷⁸. Imágenes en torno a definiciones de civilización, de lo civilizado, no resultan novedosas a la hora de mirar hacia lugares de vocación turística. En su tesis *O turismo levado a sério: discursos e relações de poder no Brasil e na Argentina (1933-1946)*, la autora arriba citada denota orientaciones de un proyecto civilizatorio nacional brasileño que halló en el turismo fuentes para cosmopolitizar al país, así como exhibir sus modernas proezas, en el

¹⁷⁸ PEREIRA, Sergio Luiz. Entregue-se aos prazeres sofisticados de Punta. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 20.abr.1995. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1995/4/20/turismo/18.html> Acceso: 20.set.2020.

encuentro de agentes civilizatorios propiciados por el viaje. Julia O'Donnell (2013), en dirección análoga, argumenta sobre un proyecto “*praiano-civilizatório*” a través de la residencia y visita a la costa atlántica carioca.

Para Norbert Elías (1998), sociológicamente la noción de civilización¹⁷⁹ remite a un proceso de individualización de la esfera íntima, diferenciación de las funciones sociales y autorregulación del comportamiento; éste, continuidad de procesos históricos que transcurren paulatinamente en las cortes medievales europeas hasta alcanzar aristocracias y burguesías modernas. Más allá de usos como proceso sociológico, en su apropiación social la categoría civilización ha servido, de acuerdo a Quijano (2014), para intereses europeos a través de dos mitos eurocéntricos: por un lado, “(...) la idea-imagen de la historia de la civilización humana como una trayectoria que parte de un estado de naturaleza y culmina en Europa”, por otro, “otorgar sentido a las diferencias entre Europa y no-Europa como diferencias de naturaleza (racial) y no de historia del poder” (p. 790).

En tal sentido, lo no europeo surge como anterior e inferior, enfatiza Quijano (2014) respecto de nociones extendidas que permean el sentido común. Un juego especular sucede entre “tropicalismo” y “europeísmo”, tal como subyace en la cita que inicia este apartado y argumenta Ribeiro (2002), desde la exuberancia de florestas por un lado al pensar en Brasil, así como de la reminiscencia de ciudades europeas al pensar en la capital de Argentina. Esto último, transponible al referirnos a Uruguay. Las imágenes tropicales seducen, así como las europeas también, a la hora de construir imágenes de destino. El narrador del artículo de la sección *Turismo* de FdSP citado al inicio de este apartado, continuaba su narrativa periodística de esta manera:

Não há o tropicalismo agridoce das nossas praias, nem as cores cítricas, o sol escaldante.

O clima ameno - a temperatura média no verão é de 20oC - faz deste balneário uruguaio o mais chique do Mercosul, o melhor lugar para o "dolce far niente"¹⁸⁰.

(...)

Experimente pedalar pelas ruas próximas ao Golf Club, bairro que estende seus casarões sobre jardins impecáveis, ausentes de muros. Parece que se está em algum pedaço do interior da Inglaterra, tal a profusão de flores e janelas "bay window" (tipo de janela que se projeta para fora da parede).

¹⁷⁹Civilis, era aquel miembro de la civitas (ciudad) respetuoso de sus normas, diferente al habitante de la polis que participa y construye comunidad en tanto *zoom politikon* (SAKELLARIOU, 1989). En 1845, el libro “*Facundo o civilización y barbarie en las pampas argentinas*” de José de Sarmiento, las figuras del campo o selva latinoamericanas se contraponían cual bárbaras a las civilizadas de la ciudad y Estados Unidos o Europa. Para Oswald de Andrade (1990) la antropofagia surge como categoría superadora, ésta es elogiada dado su valor simbólico de deglutir cuanto de afuera nos llega, respecto de cuanto ya se había desarrollado en tierras locales.

¹⁸⁰Ídem cita anterior.

El énfasis europeísta de la construcción de imagen expuesta, resulta insoslayable. Los silencios también, en tanto la descripción del barrio Golf Club, uno de los más costosos del balneario, es referida sin referencia alguna a la postal latinoamericana del enorme asentamiento *Keneddy*, denominado «emblema del choque social» (SOLOMITA, 2017) contiguo a un área que el redactor sí menciona y describe como similar a un “(...) *pedaço do interior de Inglaterra*”. La descripción continúa visitando discotecas, casinos, comercios de un lugar en el que “(...) *consumistas empedernidos não se sentirão abandonados. Punta tem um comércio atraente (...)*”. No sólo se remite a Europa sino a las capas privilegiadas del continente, cabe agregarse.

Un artículo de 2011, inclusive sustenta que la evasión argentina de la sunga resulta en algo “*distinto*”, distinguido, frente a la masiva prenda brasileña tan distante de “*padrões argentinos*”¹⁸¹, en columna del sociólogo y literato Marcelo Coelho. Texto en respuesta al artículo sobre invasión paulistana en PdE. Asimismo, llegan a leerse referencias tales como “(...) *em vez de coqueiros nos arredores das praias, Punta del Este tem pinheiros e bosques que lembram uma Campos do Jordão no litoral*”¹⁸². Se retrotrae la ciudad a aires europeos aún en paisajes que equivalen a la ciudad más europea del Estado de San Pablo, en un ejercicio retórico habitual de diferenciación que, argumenta Netto (2014), se apropia de herencias étnico-nacionales como podría considerarse en este caso a lo europeo de modo genérica aunque de interpretación simbólica eficaz, respecto a cuanto sugiere.

Al decir de Campodónico y Ángelo (2019), al historizar respecto del exclusivo balneario, éste:

(...) fue apropiado para ser “el lugar” de una clase porteña que quiere evitar el veraneo más masivo de Mar del Plata que durante décadas había sido su reducto veraniego. Tal vez, esta ha sido una de las razones por las cuales PdE se ha presentado como un balneario de distinción donde permea implícitamente la concepción de una sociedad que asocia “cultura” con “alta cultura” y se vanagloria de ello (p. 95).

Esa cultura erudita y europeizada imbuida en este territorio, difiere del perfil marplatense ligado de apelo popular y nacional (PASTORIZA, 2011) y lejana a las mayorías devendría en parte del atractivo del balneario.

¹⁸¹ COELHO, Marcelo. Sungas, jamais! Folha de São Paulo [online], São Paulo, 8.fev.2011. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq0902201121.htm> Acceso: 12.abr.2021.

¹⁸² MAGALHÃES, Margarete. Geografia dá ar da graça em Punta del Este. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 9.dez.2004. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/fx0912200428.htm> Acceso: 4.ago.2020

A través de diferentes dimensiones tales como el paisaje urbano, estilo de vida, seguridad y estabilidad, entre otros símbolos de esa civilidad imaginada, se ahondará en este apartado que expresa un “valor de diferenciación” (NICOLAU NETTO, 2014) del destino PdE. Ello desde una ponderación de asociaciones a orígenes europeos y democrático-republicanos reflejados en la estabilidad, seguridad, tranquilidad que imbrican, con mayor o menor énfasis al destino.

2.2.1. Estabilidad y seguridad

En el año 1997, se anunciaba en la sección *Turismo* de FdSP: “*Cidade faz suas apostas em novo cassino*”¹⁸³. A lo largo del artículo se orienta sobre por qué ir hasta Punta del Este, se enseña a mirar, se forma reflexividad turística, podríamos sostener considerando a John Urry. ¿Qué singulariza al lugar? Aparte de su casino, ¿qué diferencia ese destino con playas, mansiones, restaurantes y museos de otras en Brasil que también ofrecen propuestas de ocio?

E, nesses tempos de insegurança, com policiais em greve por diversas regiões do Brasil, Punta, como é chamada intimamente pelos visitantes, é extremamente segura.

Logo após passar pela imigração no aeroporto, ainda um pouco lenta, o contato com essa serenidade já se dá na entrada da cidade.

El artículo sostiene que, si bien “(...) o visitante irá perceber que as praias brasileiras são muito mais bonitas que as do balneário (...)”, es la seguridad que vivencia su veraneante motivo más que suficiente para elegir PdE. La retórica torna deseable el lugar, a pesar de playas que no lo ameriten lo suficiente en comparación con las brasileñas, al menos para la inversión superior de un desplazamiento transfronterizo en dirección al Sur, se apela a otros alicientes del modo de vida local. A no ser, baste con la excepcionalidad de la oferta de juegos.

Tales discursos surgen como una constante, a través de afirmaciones como: “*Os turistas extra-regionais ficam surpresos porque as gigantescas mansões não possuem grades e as pessoas caminham pelo porto com total tranquilidade*”¹⁸⁴, según explica el presidente del Centro de Hoteles y Restaurantes de PdE en 2004 al ser entrevistado para un artículo de France Presse divulgado en la sección *Turismo* de FdSP, denominado “*Punta del Este volta a brilhar nesta temporada*”. En otra entrevista cuyos fragmentos fueron igualmente publicados,

¹⁸³ DE OLIVEIRA, Roberto. Cidade faz suas apostas em novo cassino. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 4.ago.1997. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1997/8/04/turismo/28.html> Acceso: 12.abr.2021.

¹⁸⁴ LIEBER, Elisa. Punta del Este volta a brilhar nesta temporada. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 6.jan.2004. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/turismo/noticias/ult338u3668.shtml> Acceso: 14.abr.2021.

uno de los propietarios de la sociedad JHSF responsable por la cadena hotelera que lleva su apellido, Rogério Fasano se lee: *"Não dá pra ir ao litoral norte. Tá cheio de favela, não tem segurança. Nunca ouvi falar de assalto em Punta. Aqui, deixo o carro aberto com o relógio dentro. E dou carona direto"*¹⁸⁵.

Asimismo, un agente inmobiliario de la filial uruguaya de la británica Christie's, indica a corresponsal en 2012 para una materia sobre la costa atlántica uruguaya: *"O Uruguai é um país seguro, tem uma democracia muito bem estabelecida e instituições sólidas", argumenta Jimmy Fowler, também consultor da Terramar Christie's, sobre o "boom" imobiliário no país"*¹⁸⁶. Ya en 2004, en la salida de la crisis, se leía:

Os turistas extra-regionais ficam surpresos porque as gigantescas mansões não possuem grades e as pessoas caminham pelo porto com total tranquilidade", explica Araújo.

*Quase 1.200 policiais percorrem a costa local em motos, bicicletas e carros para dar segurança aos visitantes que chegam "muito atemorizados" da Argentina, segundo a Chefia de Polícia de Punta del Este"*¹⁸⁷.

En tanto, "(...) las áreas geográficas que cuentan con un mayor desarrollo en la implementación de normas, políticas y prácticas seguras, y por tanto de calidad se encuentran entre los destinos más visitados" (JIMÉNEZ & PÉREZ, 2018, p. 939). Punta del Este se nutre de sus atributos en esa dimensión a modo de diferencial, en el sentido propuesto por Netto (2004). Ello, bajo un carácter de tal imagen tanto nacional que a la vez acentúa en sus manifestaciones locales, como por ejemplo la ausencia de cercos en residencias particulares o una percepción de seguridad en las calles. Esta imagen encuentra discursos como los antes señalados, a la vez que surge como una de las más disputadas a lo largo de los años según se ahondará más adelante.

¹⁸⁵ KÜCHLER, Adriana. Paulistanos invadem Punta neste verão. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 30 jan 2011. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/saopaulo/867626-paulistanos-invadem-punta-neste-verao.shtml> Acceso: 6 fev. 2021.

¹⁸⁶ COSTA LESTE uruguia se consolida como destino de milionários. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 15.feb.2012. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2012/02/1048510-costa-leste-uruguia-se-consolida-como-destino-de-milionarios.shtml> Acceso: 10.nov.2020

¹⁸⁷ LIEBER, Elisa. Punta del Este volta a brilhar nesta temporada. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 6.jan.2004. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/turismo/noticias/ult338u3668.shtml> Acceso: 14.abr.2021.

2.2.2. La buena educación

La expansión de la educación pública, avanzó en Uruguay desde fines del siglo XIX universalizando en la primera mitad del siglo XX a la educación básica (DE ARMAS, 2005). Ese proceso se dio de forma concomitante a una construcción institucional de estabilidad democrática, un proceso afianzado de secularización, destacada extensión y calidad de su educación pública, temprana y acelerada urbanización, pocos niveles de desigualdad, además de dar muestras de una incipiente industrialización (MOREIRA, 2006). En el departamento de Maldonado, donde se sitúa PdE, el porcentaje de jóvenes entre 21 y 22 años con Enseñanza Media completa pasó de 21% en 2007 a 43% en 2019, alcanzando la media nacional, cuando en 2007 se ubicaba muy por debajo de la misma (MIDES, 2020). Ello, así como la formación de élites intelectuales montevideanas de repercusión fuera de fronteras, entre otros factores, convergen en narrativas de un país culto, educado y europeizado (BAYCE, 1989).

Anholt (2009) sostiene que la correspondencia entre las imágenes de un destino y las evidencias de las mismas en el lugar, permiten sostener sentidos capaces de consagrarse. A pesar de un fluctuante nivel de egreso de Enseñanza Media, una cobertura extendida de Enseñanza Básica, surge como trasfondo una tradición de reconocimiento a la educación, a las letras y la erudición en el país (RADAKOVICH 2011). Sus expresiones esteñas, potencialmente abonan testimonios como los de un brasileño radicado en PdE, interlocutor de FdSP como conocedor de la localidad, que plantea:

Um dos principais incentivadores da imigração para Punta, Mario conta que seus amigos paulistanos tinham tendência a confundir uruguaios e argentinos. "Uruguaios são mais educados, discretos. Além disso, eles veem os brasileiros com simpatia, como uma chance de diminuir a dependência dos argentinos."¹⁸⁸

En construcciones discursivas como la anterior, determinados trazos de una cultura nacional pasan a ser apropiados, categorizables como “señales diacríticas”, otros que otros proceden a ser negados o quedan en la sombra (OLIVEN, 2016, p.20). Mientras la educación de los uruguayos no resulta en una señal de inusual asociación a las imágenes puntaesteñas, los trazos rurales del Uruguay surgen como una novedad desde nuevas definiciones que inciden sobre imagen del destino. Transformaciones que remiten a valoraciones que remiten a nuevas demandas, las cuales traen a la superficie aquello que allí estaba pero no respondía a las

¹⁸⁸ KÜCHLER, Adriana. Paulistanos invadem Punta neste verão. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 30 jan. 2011. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/saopaulo/867626-paulistanos-invadem-punta-neste-verao.shtml> Acceso: 6.fev.2021.

expectativas anteriores de mismos o distintos perfiles de visitantes., aunque atienden una nueva reflexividad.

El carácter uruguayo de educación, discreción y moderación es evocado para discursar sobre las vivencias de brasileños con locatarios en PdE. En tal sentido, se lee en otro artículo que también deambula sobre el balneario: " (...) *os uruguaiois são muito prestativos*", afirma o argentino Raúl Gattas, que viaja há mais de uma década para Punta del Este¹⁸⁹. A su vez, la noticia en torno al balneario sudamericano titulada '*Agora se escuta português em todas as esquinas*', se traen expresiones de un consagrado arquitecto responsable de varios proyectos en la zona como el *Hotel Las Piedras* y el Complejo *Las Cárcavas*: "*Weinfeld elogia o bom gosto dos uruguaiois e acha que isso se reflete na ambientação dos espaços das praias, inclusive nos arredores de Punta, como em Jose Ignacio. «Eles são muito bem-educados», afirma*"¹⁹⁰.

2.2.3. Equipamiento cultural¹⁹¹

Es usual en artículos sobre turismo en Uruguay mencionar el atractivo cultural de Montevideo y patrimonial de Colonia, su cercanía suele citarse como complemento de la experiencia en PdE. "*A pacata capital, Montevideú, e a cidade de origem portuguesa que é patrimônio da*

¹⁸⁹ LIEBER, Elisa. Punta del Este volta a brilhar nesta temporada. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 6.jan.2004. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/turismo/noticias/ult338u3668.shtml> Acceso: 14.abr.2021.

¹⁹⁰ 'AGORA SE escuta português em todas as esquinas'. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 12.fev.2012. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/mercado/25363-agora-se-escuta-portugues-em-todas-as-esquinas.shtml> Acceso: 15.abr.2021.

¹⁹¹ TURISMO (31.JAN, PÁGS. F4 E F8) Diferentemente do que foi publicado, o retrato no alto da página F4 é de Camila Macedo, 20, estudante, e não de Pollyanne Macedo, sua irmã. A foto da página F8 mostrou um dos pátios do Museo Ralli, em Punta del Este, e não o exterior da Fundação Atchugarry.

ERRAMOS. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 6.fev.2013. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniao/92485-erramos.shtml> Acceso: 7.fev.2021. Revisar.

FUI E VOLTARIA, por Marcelo Médici

Miami (EUA): É a minha cidade preferida no mundo. Todo mundo acha cafona, mas eu adoro. Você aproveita bem a cidade o dia inteiro. De manhã, tem a praia, que é muito limpa. De tarde, dá para fazer compras ou passear por alguma galeria de arte. À noite, pode jantar muito bem e depois ainda tem balada

FUI E NÃO VOLTARIA

Punta del Este (Uruguai): Não gostei e não voltaria no inverno, como fui há alguns anos, a trabalho. A cidade é muito sazonal, então não havia nada para fazer. Praia cinza, tempo frio, não tinha nem táxi. Parecia que eu estava no Velho Oeste

MOSNA, Rafael. DE TOLEDO, Giuliana. Confira a seção 'Sobrevoo' com relatos e dicas de viagem. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 20.jun.2013. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2013/06/1297686-confira-a-secao-sobrevoo-com-relatos-e-dicas-de-viagem.shtml> Acceso: 15.abr.2021.

humanidade, Colônia do Sacramento, atraem o interesse do viajante que está em busca de cultura e história”¹⁹², surge como una cita que ejemplifica lo antedicho. La planificación del uruguayo turismo a través de esfuerzos gubernamentales, entre otros, mediante asesorías elaboradas junto a la Organización de Estados Americanos (OEA) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) durante la década de 1970, se considerará el rescate patrimonial de Colonia del Sacramento, así como una ampliación de la imagen de Montevideo como balneario a partir de su agenda pública (CAMPODÓNICO, 2020).

Punta del Este sobresalía como destino de sol y playa a fortalecer, para el cual una agenda cultural podría ser de aporte pero no resultaba fundamental. Las imágenes de destino transmutan con el tiempo, así fue la imagen de Colonia como ciudad patrimonial tras un escaso interés por su pasado durante la mayor parte del siglo XX (THUL, 2012). Las artes, para el caso de PdE, surgen como un trazo emergente y en alza para la imagen del lugar. El artículo de la sección *Turismo* de FdSP, “*Arte é boa opção no lado B do balneário*”¹⁹³, afirma que “*(...) nem só de pompa e circunstância vive o glamoroso balneário ao sul do Brasil. Punta del Este também oferece passeios e recantos com jeitão de refúgio, onde é possível conhecer a beleza e a cultura do lugar longe do circuito para ver e ser visto*”.

En seguida, el texto presenta al Museo Ralli que “*(...) concentra sem ostentação uma coleção de importantes artistas surrealistas e latino-americanos contemporâneos*”, a pesar de su localización en el elegante barrio Beverly Hills. Para esa instalación se mencionan obras de Dalí y Botero allí presentes, así como del brasileño Juarez Machado, en el constante ejercicio de conectar con el país norteño. Algo que usualmente resulta posible en PdE, dada una presencia de Brasil que encuentra antecedentes. Luego, en ese artículo, se presenta a la Fundación Atchugarry, indicando que “*(...) seu parque de Esculturas reúne trabalhos de artistas de diversos países e faixas etárias, distribuídos em 25 hectares ao ar livre*”, además de resaltar la reciente participación de su creador, el uruguayo Pablo Atchugarry, en la Bienal de Venecia.

¹⁹² VIZINHO EM alta. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 31.jan.2013. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/91437-vizinho-em-alta.shtml> Acceso: 15.abr.2021.

¹⁹³ ARTE É boa opção no lado B do balneário. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 31.jan.2013. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/91445-arte-e-boa-opcao-no-lado-b-do-balneario.shtml> Acceso: 15.abr.2021.

En igual sentido, se lee en junio de 2018 desde la revista *São Paulo* de FdSP información y posturas análogas, agregando a Casapueblo, en artículo con el titular: “*Famosa pelas praias, Punta del Este também tem opções de turismo de inverno*”¹⁹⁴. La nota describe ese espacio cultural, señalando espectacularidad y huella de su autor:

É difícil falar sobre Punta del Este e não recomendar uma visita à Casapueblo, museu e hotel construído a mão pelo artista Carlos Páez Villaró (1923-2014) nas encostas da região de Punta Ballena. O misto de galeria de arte e resort levou 36 anos para ficar pronto, mas a vista do local é deslumbrante.

Luego se presenta a la Fundación Atchugarry, como núcleo de encuentro de las artes: “*Criada pelo escultor uruguaio Pablo Atchugarry em 2007, o local tem a intenção de promover um encontro das artes plásticas, da literatura, da música e de outras manifestações artísticas com a natureza. (...)*”. Sobre el Museo Ralli, se señala su privilegiada localización y riqueza del acervo que:

Com mais de 6.000 m² e uma extensa coleção de arte contemporânea latino-americana, o museu, localizado no bairro de Beverly Hills –como o homônimo hollywoodiano–, também tem uma série de esculturas do artista plástico espanhol e principal nome do surrealismo Salvador Dalí.

Casapueblo es mencionado y mostrado en fotografías de forma frecuente por parte de FdSP, en mayor grado frente al Museo Ralli, consolidando con su aire bohemio un halo de bohemia y encanto al balneario, de forma sucesiva se menciona ese atractivo local entre la década de 1990 y 2000, para en 2010 menciones menos recurrentes. La figura de Carlos Paez Vilaró, para Brasil ha adquirido una trascendencia significativa en tanto emblema del balneario, a través de una biografía que se mimetiza en su obra, como se ha desarrollado. Al respecto, se ahonda en el capítulo siguientes, aunque resultan ejemplificadoras citas como ésta:

*No topo de um penhasco de 45 m fica um grande castelo, que parece ter sido feito de sal. Trata-se de uma arquitetura diferente, que "escorre" ladeira abaixo, tendo seu fim nas margens do rio da Prata, em Punta Ballena, no Uruguai (...)*¹⁹⁵

Fontana di Rende (2021), propone la existencia de un proceso de consolidación de propuestas artístico-culturales, en cantidad y calidad, para un público visitante y residente del destino Punta del Este y su zona de influencia. Éstas se ven beneficiadas de las condiciones turísticas locales (seguridad, infraestructura residencial y turística, etc.). La inauguración del Museo de Arte Atchugarry, al estilo de los grandes museos de arte internacionales que dan sello al branding urbano contemporáneo, se suma al preexistente Museo Ralli así como a galerías (Xippas, Zocco, Sur, etc.) y fundaciones para el fomento de las artes (A. Amoedo;

¹⁹⁴ CARVALHO, Carlos. Famosa pelas praias, Punta del Este também tem opções de turismo de inverno. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 17.jun.2018. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/saopaulo/2018/06/1971997-famosa-pelas-praias-punta-del-este-tambem-tem-opcoes-de-turismo-de-inverno.shtml> Acceso: 15.abr.2021.

¹⁹⁵ FREDERICO, Carolina. Castelo de Vilaró é uma escultura de viver. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 4.set.2000. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/fx0409200012.htm> Acceso: 15.abr.2021.

Atchugarry, Kavlin, etc.). En FdSP algunas menciones al respecto son encontradas, como reproducción y producción de una imagen ligada al consumo cultural del arte erudito en PdE.

El atractivo patrimonial en Colonia, emerge consolidado a pesar de que apenas cinco décadas atrás era apenas una ciudad de paso a Bs As sin que despertaran interés las ruinas de su antigua ciudad. En zona de influencia de Punta del Este, encontramos construcciones de similar época, de la cual sólo se observa una única mención en la prensa estudiada. Algo que evidencia la ausencia de tales focos en la mirada sobre PdE:

A cidade de Maldonado, próxima a Punta del Este, abriga alguns monumentos do passado que registram a resistência uruguaia perante portugueses e espanhóis, como a Torre del Vigía, o Marco de los Reyes e o Cuartel de Dragones. Dragones tornou-se um museu que homenageia o herói da Independência uruguaia, José Gervasio Artigas. Numa das dependências do extinto quartel estão também os demais heróis da Independência das Américas. No caso do Brasil, o homenageado é José Bonifácio¹⁹⁶.

Esa inusual mención hace más de 20 años, pone en evidencia una mirada turística sobre PdE desligada al pasado precolonial sino enfocada sobre un estilo de vida contemporáneo, la suntuosidad de los consumos, además de prácticas así como patrimonios naturales y culturales eminentemente del ahora. Aquella mención, surge como excepción a la regla.

2.2.4. Contracaras de la civilidad esteña

No obstante los apartados anteriores, a partir de 2001 surgen noticias alusivas a una inseguridad latente en un balneario que se daba a conocer por la “ausencia de grades”. Con el titular “Uruguai teme imigração de delinquentes argentinos pela fronteira”¹⁹⁷, la sección *Mundo* de FdSP tomaba un artículo de France Presse en el que el Ministerio del Interior advierte del posible ingreso de criminales desde Argentina, al tiempo que se anunciaba que: “Punta del Este, o principal centro turístico uruguaio, terá mais de 1.000 policiais destinados à segurança dos visitantes”. El balneario no deja de estar presente, usualmente, en materias sobre Uruguay en FdSP.

¹⁹⁶ MALDONADO EXIBE heróis uruguaios. olha de São Paulo [online], São Paulo, 04 set. 2020. Disponible en: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/fx0409200016.htm> Acceso: 15 jun. 2019.

CARVALHO, Carlos. Famosa pelas praias, Punta del Este também tem opções de turismo de inverno. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 17.jun.2018. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/saopaulo/2018/06/1971997-famosa-pelas-praias-punta-del-este-tambem-tem-opcoes-de-turismo-de-inverno.shtml> Acceso: 15.abr.2021.

¹⁹⁷ URUGUAI TEME imigração de delinquentes argentinos pela fronteira. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 29.dez.2001. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/mundo/ult94u35308.shtml> Acceso: 15.abr.2021.

En la sección Mundo de Folha, se lee en 2013 el artículo titulado “*‘Roubos VIP’ marcam o verão em Punta*”, informa del asalto a una joyería así como también que “*O empresário petroleiro Alejandro Bulgheroni e a mulher tiveram furtados dois relógios Rolex e US\$ 15 mil em dinheiro, em Manantiales. Uma família nova-iorquina teve US\$ 40 mil levados de uma casa alugada na Barra*”. Se menciona un testimonio de testigo brasileño del asalto, alejándose de ese asunto, sobre la creciente llegada de brasileños en busca de la sofisticación del balneario, a partir de la mirada de autoridades locales. A pesar del tono de la noticia, se deja en claro una imagen elitizada de quienes frecuentan el lugar. Se produce y reproduce una imagen.

En 2015, se lee la noticia “*Brasileiros são vítimas de furtos e roubos no Uruguai*”¹⁹⁸, en la sección Cotidiano, donde consta lo siguiente:

Brasileiros têm enfrentado um problema inesperado ao visitar o Uruguai: crimes. O número de assaltos e furtos aumentou no país e muitos turistas que procuram Montevideu e Punta del Este estão entre as vítimas.

Em 2014, o Uruguai foi destino de 870 mil brasileiros, 400 mil a mais que no ano anterior.

Tendência a uma sensação de segurança exacerbada por parte dos turistas do Brasil.

La sensación de estar más seguros en Uruguay llevaría a los turistas a descuidarse, siendo muchos los turistas nuevos de Brasil en un momento en el que el país estaba económicamente en auge y Uruguay se volvía accesible. Brasil, poco después, ingresaría en un ciclo recesivo que recién a partir de 2017 daría señales de recuperación y afectaría los flujos migratorios. Es entonces que en tanto destino de evasores del fisco y paraíso fiscal, Punta del Este también consagra tamicés de su imagen.

Entre el año 2000 y 2010 pueden encontrarse al menos diez publicaciones en torno a Nicolau Santos Neto, un ex juez acusado de desviar R\$ 169,5 millones de la construcción del *Fórum Trabalhista de São Paulo*, todas ellas mencionando sus vinculaciones con Uruguay y Punta del Este, el paradero de su hallazgo, relaciones con figuras públicas uruguayas, etc. Las menciones resultan de contexto, un simple paradero fuera del país. Su incidencia sobre la imagen de PdE resulta, en principio, insignificante. No obstante, otros casos se encuentran de

¹⁹⁸ GUTIERREZ, Felipe. Brasileiros são vítimas de furtos e roubos no Uruguai. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 25.jan.2015. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2015/01/1580163-brasileiros-sao-vitimas-de-furtos-e-roubos-no-uruguai.shtml> Acceso: 15.abr.2021.

tiempo en tiempo tal como la denuncia en 2005 sobre un ex tesorero del PT lavando U\$S 500.000 en el Hotel Conrad de PdE¹⁹⁹. También se informa en dos noticias publicadas en fechas próximas de 2015, respecto de un viaje privado realizado por el gobernador electo de Minas Gerais, Fernando Pimentel (PT), en vuelo charter, a Punta del Este en contexto de elecciones con un empresario que poco tiempo después sería detenido por la justicia²⁰⁰.

“Uruguai congela contas que lavariam dinheiro do tráfico brasileiro”²⁰¹, agregando que “(...) uma quantidade ainda não-revelada de contas bancárias supostamente usadas para lavagem de dinheiro da rede de narcotráfico do Brasil foi congelada pelas autoridades de Montevideu (Uruguai)”. El propietario de un hotel cinco estrellas en Punta del Este aparece involucrado. En 2012 se informa que: “O prefeito cassado de Campinas (SP) Demétrio Vilagra (PT) foi barrado pela Polícia Federal na tarde desta quinta-feira (12) quando tentava embarcar no aeroporto internacional de Cumbica, em Guarulhos. Ele iria viajar para Punta del Este, no Uruguai”²⁰².

(...) na paradisíaca Punta Del Este, no Uruguai, Juan Ángel Napout, paraguaio que preside a Conmebol (Confederação Sul-Americana de Futebol), foi aplaudido pelos outros 13 membros do Comitê Executivo da entidade ao anunciar que quase triplicaria o prêmio ao campeão da Copa América 2015, no Chile.

Mientras que se confirmaba en titular de la noticia: *“Propina para cartolas é cinco vezes o valor do prêmio da Copa América”²⁰³. Asociación indirecta, pero que muestra a Punta del Este en noticia como ésta, abrigando prácticas ligadas a agentes tanto privados como*

¹⁹⁹ BRAGON, Ranier. Maria Christina liga Valdemar ao "mensalão" e fala em "várias malas". Folha de São Paulo [online], São Paulo, 21.jul.2005. Disponible:

<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc2107200515.htm> Acceso: 15.abr.2021.

²⁰⁰ SADI, Andréia. Petistas viajaram em avião de empresário preso pela PF. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 31.mai.2015. Disponible:

<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2015/05/1636011-petistas-viajaram-em-aviao-de-empresario-presos-pela-pf.shtml> Acceso: 15.abr.2021.

MEGALE, Bela. LIMA, Daniela. Namoro com primeira-dama uniu Pimentel e empresário. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 30.mai.2015. Disponible:

<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2015/05/1635740-namoro-com-primeira-dama-uniu-pimentel-e-empresario.shtml> Acceso: 20.abr.2021.

²⁰¹ URUGUAI CONGELA contas que lavariam dinheiro do tráfico brasileiro. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 21.abr.2007. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u134476.shtml> Acceso: 20.abr.2021.

²⁰² STRUCK, Jean-Philip. Prefeito cassado de Campinas é barrado ao viajar para Uruguai. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 12.jan.2021. Disponible:

<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2012/01/1033673-prefeito-cassado-de-campinas-e-barrado-ao-viajar-para-uruguai.shtml> Acceso: 20.abr.2021.

²⁰³ RIZZO, Marcel. Propina para cartolas é cinco vezes o valor do prêmio da Copa América. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 29.mai.2015. Disponible:

<https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2015/05/1634891-propina-para-cartolas-e-cinco-vezes-maior-do-que-premio-da-copa-america.shtml> Acceso: 20.abr.2021.

públicos, además de a particulares, lejos de la virtuosidad atribuida al disfrute, sociabilidad y sano descanso que le es endilgado. Nogué y Romero (2006), hacen alusión a la trata de blancas, la prostitución infantil, la distribución y el consumo de las drogas, complicidad o beneficios surgidos de la corrupción y el lavado de dinero, como exteriorizaciones de las dinámicas del turismo. FdSP, entre las líneas de sus menciones a PdE trae tramas de corrupción que contornan su territorio al llevarse a cabo, no se encuentran menciones asociadas a restantes contraccaras del turismo recién nominadas. Por ejemplo, la prostitución.

En 2017 se lee “*Presos no Uruguai, doleiros réus na Lava Jato tentam evitar extradição*”, un subtítulo de la noticia es “*Punta del Este*”, relatan a partir de allí encuentros con el “*último grande doleiro a operar no Brasil*” y su ex socio presos en Uruguay e intentando evitar la extradición²⁰⁴. Ese mismo año “*O chefe do órgão do Uruguai responsável pelo combate a crimes de lavagem de dinheiro, Carlos Díaz, foi encontrado morto pela mulher na piscina de sua casa, no balneário de Punta del Este, na noite de sábado (25)*”²⁰⁵ Tanto los reos, como el juez asesinado tras investigaciones vinculadas a aquella causa y otras, frecuentaban un Punta del Este que pone en tela de juicio su carácter civilizado. Pantojas(2012) denomina como “industrias del pecado” a la actividad turística, con base en el turismo sexual, juegos de azar y lavado de dinero; sobre ésto último, reconoce el lavado in loco, así como refiere a la capacidad de quienes se desplazan a destinos de sol y playa en “(...)evadir la detección por las autoridades fiscales de ingresos de actividades ilegales y legales con el fin de no levantar sospechas y utilizar estas riquezas en el consumo de bienes, típicamente de lujo” (p.67). Es esta última la expresión más fácilmente evidenciada en FdSP, como imagen que se insinúa aunque solapadamente, a lo que se agrega el aumento de episodios de violencia en un entorno de desigualdades.

“*Nunca quis ser um fora da lei, mas a vida me levou, diz o doleiro Juca Bala*” en otra noticia, de 2018 y sobre otro testafarro, informa de la detención en Punta del Este mese atrás

²⁰⁴ MARQUES, José. Presos no Uruguai, doleiros réus na Lava Jato tentam evitar extradição. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 3.nov.2017. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2017/11/1932491-presos-no-uruguai-doleiros-reus-na-lava-jato-tentam-evitar-extradicao.shtml> Acceso: 20.abr.2021.

²⁰⁵ URUGUAIO QUE colaborava com a Lava Jato é encontrado morto. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 26.fev.2017. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2017/02/1862184-chefe-do-combate-a-lavagem-de-dinheiro-no-uruguai-e-achado-morto.shtml> Acceso: 20.abr.2021.

de uno de los *doleiros* del ex-gobernador do Rio Sérgio Cabral²⁰⁶. Mientras en 2007 “*Paraísos fiscais como as Ilhas Cayman, no Caribe, ou Punta del Este, no Uruguai, estão no radar*”²⁰⁷, sugiere el Ministerio Público e informa nota sobre caso de corrupción vinculado a club de fútbol brasileño. Por otro lado, una nota de 2018 indica que el Ministro de Economía de Argentina “*Dujovne também tem três empresas no exterior, nas quais investe 20 milhões de pesos, e duas propriedades em Punta del Este, Uruguai*”²⁰⁸.

Las imágenes de destino, en tanto sugiere Da Cunha et al. (2012), resultan objeto de informaciones y conversaciones, de heterogéneos discursos que a lo largo del tiempo se movilizan, sin resultar estáticos. Los episodios de aumento de inseguridad en ascenso forman imagen, en el ejercicio entre episodios proyectados como algunos de los antes nombrados y las respuestas a ello que FdSP menciona eventualmente al citar acciones del poder público y privado para moderar lo anterior, o produce ocasionalmente al refrendar una minimización de lo anterior en contraste con percepciones brasileñas, mientras medios como LN cita reiteradamente y de forma enfática como se verá en el capítulo 5. La mención a Punta del Este y el hallazgo de criminales vinculados al lavado de dinero y delitos afines, no es referido como un asunto negativizante del balneario, sino como un dato sin narrativa o posición marcada al respecto.

La recepción de la noticia podría llevar a diversas lecturas a pesar de potenciales intenciones de sus emisores (MEDINA, 2006), no obstante dada la ausencia de artículos que traigan alusiones al lavado de dinero en PdE desde publicaciones dedicadas principalmente al balneario evidencia conducir a una minimización de este aspecto, frente a un creciente dimensionamiento de niveles de seguridad menos favorables en PdE respecto de su pasado propio. Ello, entre la naturalización del atractivo de figuras de alto poder adquisitivo - aún de recursos obtenidos de formas no lícitas - radicados en el balneario, así como un imaginar

²⁰⁶ BERGAMO, Mônica. 'Nunca quis ser um fora da lei, mas a vida me levou', diz o doleiro Juca Bala. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 23.set.2018. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/monicabergamo/2018/09/nunca-quis-ser-um-fora-da-lei-mas-a-vida-me-levou-diz-o-doleiro-juca-bala.shtml> Acceso: 15.abr.2021.

²⁰⁷ MINISTÉRIO PÚBLICO vê indícios de suborno em caso da Portuguesa. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 12.nov.2014. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2014/11/1546899-ministerio-publico-ve-indicios-de-suborno-em-caso-da-portuguesa.shtml> Acceso: 15.abr.2021.

²⁰⁸ COLOMBO, Sylvia. Gabinete de Mauricio Macri guarda patrimônio fora da Argentina. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 5.abr.2018. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2018/04/gabinete-de-mauricio-macri-guarda-patrimonio-fora-da-argentina.shtml> Acceso: 15.abr.2021.

mayor seguridad en PdE frente a Uruguay con advertencias a límites cada vez más sinuosos en tal dirección.

2.3. Paisajes de mar y campo

(...) No extremo leste do Uruguai, a 130 quilômetros de Montevideú, essa faixa de terra que invade o mar ("punta") vai estreitando-se simetricamente até o ponto exato em que o oceano Atlântico encontra o rio da Prata -mais azul e menos barrento e triste do que na Argentina. Esse braço de mar oferece praias oceânicas, conhecidas como praias bravas, e as praias fluviais, ou mansas²⁰⁹.

Al leer acerca de los paisajes de PdE, las referencias a la península resultan usuales desde el encuentro entre el Río de la Plata y el Océano Atlántico, expresado explícitamente, así como indicando percepciones en torno a cómo se vivencia. El agua y el mar surgen como imágenes turísticas preeminentes del Uruguay en la segunda mitad del siglo XX (CAMPODÓNICO et al., 2021), inclusive la capital del país Montevideo hasta la década de 1960 era promocionada como destino balneario hasta luego prevalecer su atractivo cultural (histórico, arquitectónico, artístico, etc.).

La marca país Uruguay Natural, marca país de turismo que remite a sus paisajes verdes y azules ha hecho hincapié en la costa nacional para desde allí conducir a otros atractivos. El mar, surge constante y Punta del Este permite vivirlo en su internacional sofisticación:

Até janeiro, as areias e as ruas de um dos balneários mais elegantes da América Latina, Punta del Este, freqüentado por estrelados novos e antigos (...), se tornarão um local de encontro de parceiros do Mercosul com os "hermanos" uruguaios. A península de 10 mil habitantes, a 130 km de Montevideú, será tomada por 300 mil veranistas.

Os brasileiros podem se perguntar: "Por que trocar 8.000 km de litoral com águas quentes para se estirar nas areias de Punta?".

Algumas respostas: a geografia e a paisagem são raras, não há perigo de o turista ter seus pertences furtados, a areia é limpa, as noites são badaladas, circula por lá muita gente bonita e, para quem gosta de jogar com a sorte, Punta del Este comporta três cassinos -dois deles em resorts de luxo, o tradicional Conrad e o novo resort Mantra (...).

La Barra promete ser o grande agito das baladas do verão e deve ficar intransitável na temporada. Forrado de bares, ateliês, galerias, restaurantes e discotecas na rota 10, o bairro é tomado por jovens. Também é o lugar para caçar peças de antigüidade e peças de decoração. Divirta-se na ponte La Barra, mais conhecida por ondulante. Passar de carro pelas duas ondulações tira gargalhadas das crianças e pedidos de "bis" por darem um frio na barriga.

Fora da temporada, Punta volta a ser um tranqüilo balneário como em qualquer parte do mundo.

Mas, em qualquer época do ano, duas atrações são obrigatórias: a Casapueblo, museu e casa do artista Carlos Páez Vilaró, 81, em Punta Ballena, e a ilha dos Lobos,

²⁰⁹ FREDERICO, Carolina Punta invade mar com glamour dos anos 30. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 4.set.2000. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/fx0409200013.htm> Acceso: 2.abr.2021.

*a maior reserva de lobos-marinhos da América Latina, a 12 km da costa, com 250 mil deles*²¹⁰

Especialmente, esas referencias junto a otras sobre esa área eran moneda corriente entre 1997 hasta el inicio de los 2010, “(...) *quem anda por Gorlero, a via central de Punta del Este, que agrupa a maior parte dos estabelecimentos comerciais da cidade, consegue avistar o mar dos dois lados da avenida*”²¹¹. Alicientes del paisaje natural local son aclamadas desde una típica narrativa positivizante de crónicas periodísticas de turismo, al tiempo que se evidencia la necesidad de argumentar por qué elegir ese ambiente, siendo la respuesta por causa de atributos del paisaje humano.

Menciones a la calle Gorlero fueron usuales al inicio del período estudiado, perdiendo centralidad. Menciones al puerto o Los Dedos, ocasionalmente, están presentes. Saliendo de la península los barrios de mansiones y bosque, Isla de Lobos y Gorriti, Punta Ballena con su Casapueblo - una referencia insoslayable - y allí su puesta de sol, se repiten. La Barra con su puente están. En un proceso gradual que se consolida luego de 2010, referencias al campo, al mar atlántico más allá de La Barra hacia el este. Las playas están, siempre. El campo aparece cada vez más. Se habla de José Ignacio, pueblo de pescadores reconvertido en poblado opulento que conserva estética slow-town, mientras el pueblo rural vecino Garzón como pueblo antiguo que se revitaliza. Mientras que al oeste de PdE, otros balnearios presentes más allá de Punta Ballena no se mencionan, el giro creciente de la mirada del turista y estas imágenes es el este y el interior.

A través de las hojas de FdSP alusiones a paisajes de mar, arena y campo sedimentan imágenes del destino. No obstante, se propone el apelo a imágenes del lujo esteño y de sus trazos de “civilidad”, impresiones competitivas para con la oferta turística brasileña; no así los atributos paisajísticos de un destino de frías aguas, paisajes urbano-costeros cuya diferenciación se da más por el lujo y organización (atributo de “civilidad”) que por su llanura litoral-pampeana.

²¹⁰ MAGALHÃES, Margarete. Geografia dá ar da graça em Punta del Este. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 9.dez.2004. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/fx0912200428.htm> Acceso: 4.ago.2020

²¹¹ CORRÊA DA SILVA, Vanessa. Punta del Este é o destino mais internacional do país. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 13.out.2011. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/fx1310201111.htm> Acceso: 15.abr.2021.

2.4. Sobre “*luxo*”, “*civilidade*” y “*natureza*” en Punta del Este

A través de Bardin (1994), los apartados 2.1, 2.2. y 2.3. traen tres diferentes categorizaciones o “núcleos de sentido” amplios que, a pesar de su dispar aunque manifiesta cobertura, indican correspondencias de significado capaces de dimensionar tres grandes grandes imágenes en torno al “lujo”, “civilidad” y paisajes de “naturaleza” puntaesteños. Al respecto de estas imágenes que propone la mirada brasileña de FdSP se sintetiza a seguir, así como se contextualizará en próximos capítulos.

El lujo internacionalizado de PdE imbrica las diferentes imágenes del destino, a la vez que surge como imagen en sí misma, de alta recurrencia. Ello, no solamente desde definiciones del lujo, o de turismo de lujo, asociados a productos de hospitalidad gastronómica, hotelera y de espectáculos que “(...) deben poseer un precio elevado para que sean percibidos por los clientes como productos de valor” (CAMPUZANO, 2004, p.50), en tanto ello confluya con percepciones de calidad, comodidad, exclusividad o singularidad. También desde un “nuevo lujo”, el cual responde a tendencias globales desde las cuales no necesariamente se demanda “(...) un lujo sofisticado, sino asociado a la sencillez, lo agreste, lo natural pero con demanda de servicios de calidad” (ANGELO et al., 2020, p. 21).

Punta del Este ofrece múltiples atractivos de diferente valor desde múltiples definiciones de lujo, incorporando de manera creciente dotes de rusticidad que agregan valor en lugar de restarlo, a la vez que diversifican el abanico de productos turísticos (experiencias, paseos, infraestructuras, etc.), al tiempo que figuras emblemáticas transitan y eligen los mismos afianzando su imagen. En tanto, prácticas e imaginarios de civilidad los recorren. Asimismo, el autor antes citado “todo aquello consumible, o no, que trasciende nuestra realidad cotidiana y que posee un fuerte contenido simbólico de disfrute personal y admiración social”, según también señala Campuzano (p.32).

La “reflexividad turística” (SHELLER y URRY, 2004) lleva a componer diferenciaciones en un escenario nacional, regional o internacional de competencia sobre diversos públicos de turistas. Si, por un lado, paisajes de mar, bosque y campo se encuentran en otras costas litorales en mayor o menos grado accesibles, con mayores o menores singularidades geográficas. El alto lujo y elementos de organizatividad, seguridad y equipamiento para el consumo cultural componen su imagen, para un público brasileño. El vivenciar ello en el lujo

y cuidada atención de un hotel, la alta gastronomía en ese entorno, el contacto con el arte, eventos señales de distinción en ese entorno es una constante y es lo que dota de sentido a un paisaje que en esa confluencia forja su imagen.

PdE conjuga “transubstanciaciones simbólicas” (BOURDIEU, 2002) desde personas, marcas, eventos que se dan cita en el lugar dotados de un alto status, a la vez que incorpora “valor de diferenciación” (NICOLAU NETTO, 2017), al distinguirse frente a públicos brasileños por su carácter de organización y tranquilidad interligado a imágenes en torno a lo uruguayo, así como la expresividad de su sofisticación. Ello, componiendo imágenes ligadas a un círculo social que responde a expectativas globalizadas de un ser y hacer que, en PdE, confirman su carácter restrictivo a quienes pueden allí estar y usufruirlo como propio, algo evocado en imágenes del destino como parte de un “universo del lujo” (ORTIZ, 2004). El paisaje local ambiente, a la vez que posibilita, el encadenamiento de personas, objetos y símbolos que en su proyección mediática trasluce, a la vez que se forma.

3. La construcción de miradas *puntaestenhass* en el tiempo, a través de Folha de São Paulo

“Ningún atractivo ejercían esas solitarias latitudes marinas, desnudas de árboles, vegetación y sin caminos” sostiene la historiadora María Díaz de Guerra (1989, p. 62) respecto de “(...) la Punta del Este”, para el siglo XIX, antes de su constitución como pueblo avanzado el siglo XX. Otras lecturas serán hechas, años más tarde, sobre aquel territorio tras la consagración de senderos que a él llevarían desde uno y otro margen de las fronteras uruguayas. Llegaría sobre aquel litoral la “globalización de la mirada del turista” (URRY, 2016), Sean o no turistas los residentes de uno u otro lugar, “(...) *isso não significa que os lugares onde elas vivem e suas imagens de natureza, nação, colonialismo, sacrifício, comunidade e ancestralidade não sejam constitutivos de um voraz turismo global*” (p. 144).

Entre fines de la década de 1990 y avanzada la década de 2000, al mencionar Punta del Este, se aclaraba en estos o similares términos, “(...) *principal balneário uruguaio a 140 km de Montevideu*”. Para alternar más adelante aquella acotación por “*Punta del Este, no Uruguai*” y llegar a la década de 2020, surgen como excepcionales ambas acotaciones de localización geográfica de un destino que expande su reconocimiento. Por qué elegir PdE aparecía como una interrogante a ser colocada, a ser argumentada, imágenes varias eran evocadas en materias periodísticas para su identificación y afianzamiento. Al promover tanto FdSP como otros canales de comunicación imágenes de destino, resulta en un desafío revertir posiciones consolidadas hacia un lugar, pero cuando éstas resultan para cierto público inexistentes, escasas o no consolidadas surge como oportunidad dar a conocer una reputación sólida y sedimentada para otros públicos (DOLZ GÓMEZ, 2015). Algo que ha sucedido a Uruguay para con Brasil, mientras ante sí y Argentina nítidas imágenes han sido forjadas pudiendo ser puestas en juego. Es decir, resulta complejo revertir imágenes, no así dar a conocer una reputación positiva que espera ser mostrada (ibid.).

Artículos escritos 25 años atrás se interrogan por qué elegir estas playas, algo a lo que siempre se vuelve pero las imágenes no son necesariamente las mismas. Otros de un tiempo cercano, más que preguntarse explican por qué tiene tanto sentido dar esa elección. Asimismo, imágenes que orientan miradas resultan claves, pocos años más tarde la imagen de lugar familiar, de brasileños, es algo que se pasa a instalar. Sin necesidad de que la pregunta ¿por qué? sea tan necesaria. Así se verá, a través de los rastros de la construcción de miradas

turísticas que se enmarcan en “(...) *una capacidad de experimentar y discriminar naturalezas y sociedades con diversa historia y geográfica, y de exponerse a ellas; (...) la organización social del viaje y el turismo ha facilitado y estructurado ese cosmopolitismo*” (LASH y URRY, 1998, p. 344).

Las imágenes abordadas en esta investigación se agrupan entre continuidades, rupturas y transformaciones de miradas sobre un PdE. Para un primer período 1997-2007, PdE surgía como paisaje costero de encuentro para ricos y famosos, centro de competencias deportivas y lugar de tránsito para propuestas culturales varias, además de sede de eventos gubernamentales corporativos, realzado por su hotelería y oferta de salas de juego, local de vida nocturna, centro gastronómico e incipiente destino de cruceros. La oferta de paquetes de viaje suele traer a menudo al destino como una opción seductora, en este período y el siguiente. A continuación se expresan gráficos sobre el número de publicaciones de prensa en FdSP vinculados a una u otra asociación de sentido, de aquellas recurrentes categorizadas en el análisis de contenido realizado.

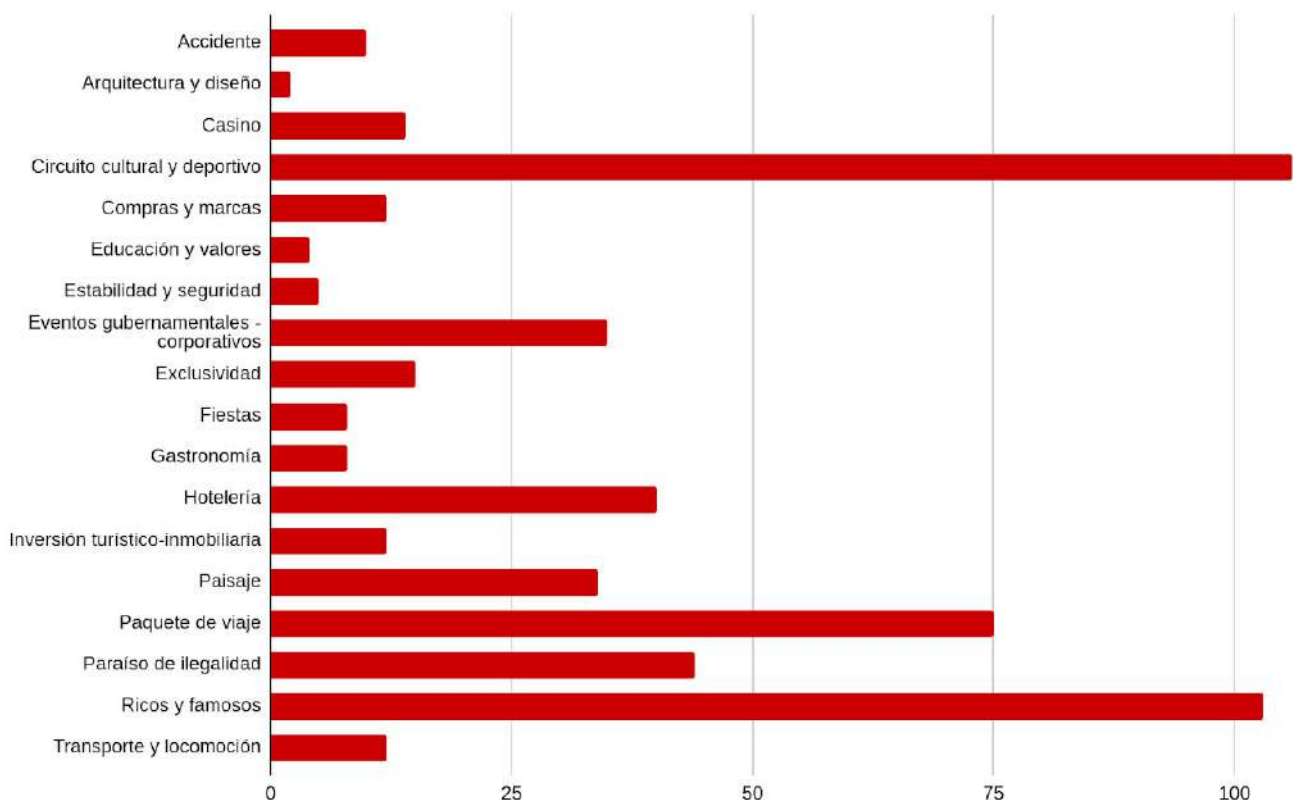


Tabla 10 - Codificación de menciones PdE para el período 1997 - 2007 (382 publicaciones).

A partir de 2008, se aprecia un giro hacia el interior y el este en las referencias a su paisaje, así como un ascenso en la incidencia del mercado de cruceros como proyección del destino desde sus itinerarios, la hotelería neorural en ascenso para el período convive con propuestas de resort y casino, se sostiene la alusión a sus eventos y las actividades así como equipamientos culturales, además de deportivos, en el lugar. Una gastronomía consagrada, el enoturismo, las bodas de lujo, así como la liberalización de la marihuana en el territorio traen nuevos trazos a lo antedicho, en el marco de resignificaciones del *lifestyle* anhelado por turistas y residentes. La estabilidad y seguridad, así como educación y valores adscritos al balneario, conviven junto con la circulación recurrente de referencias a la detención de implicados en lavado de dinero en el balneario, además de que también surge una preocupación novedosa por robos en la zona. Ello, desde informaciones esporádicas que no sedimentan una imagen negativa, ausentes por lo general de los artículos de la sección *Turismo*, mencionados desde otras páginas. En esta última prevalece la difusión creciente de paquetes de viaje en cruceros, o de vuelos con hotelería incluida, ocasionalmente junto a ingresos a fiestas como las que se realizan en *Reveillon*.

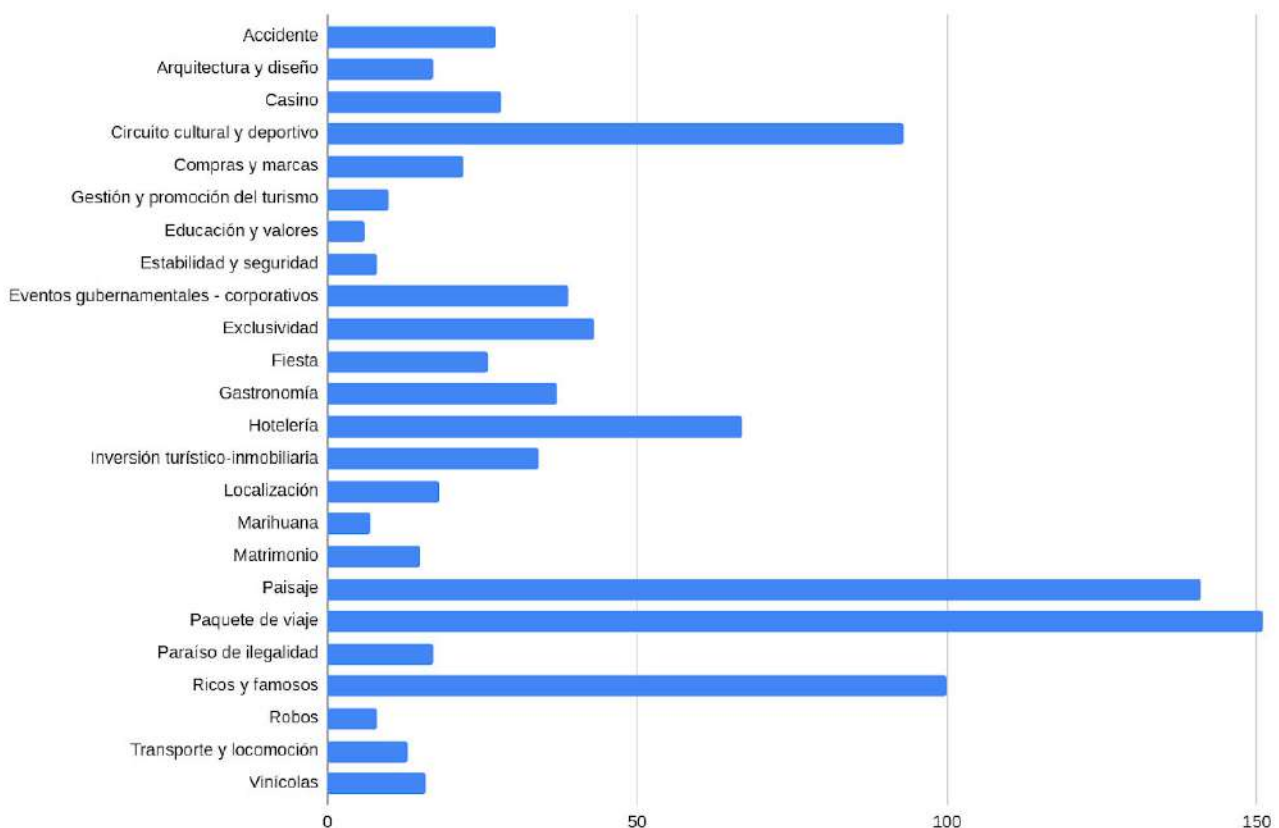


Tabla 11 - Codificación de menciones PdE para el período 2008 - 2020 (582 publicaciones).

A continuación, se ahondará al respecto desde una aproximación cualitativa orientada por la sistematización antes expuesta.

3.1. 1997 - 2007. Un ostentoso destino cada vez más familiar a Brasil: cruceros, hoteles casino, playas y sociabilidad

El decreto de ley 9215 de 1946, firmado por el presidente brasileño Eurico Gaspar Dutra, puso fin a las salas de casino en Brasil. Numerosos hoteles resort cerraron sus puertas. Ese modelo turístico dejó de estar presente en el país al norte de Uruguay. A partir de entonces, viajar a Uruguay adquirió un diferencial singular no sólo en cuanto respecta a Montevideo o Punta del Este, sino también a ciudades fronterizas del interior profundo como Rivera (límitrofe y conurbada con la brasileña Santana do Livramento), proceso que contribuyó “(...) al incremento en la gastronomía, la hotelería, el turismo rural y de eventos”, señala Campodónico et al. (2021, p. 132), a lo que puede agregarse el turismo de compras tras habilitarse la instalación de *free shops* en 1996 (ibid.).

Aquella ciudad fronteriza de atractivos asentados luego de varias décadas, consolidó su imagen a partir de elementos como las salas de casinos, *free shops* y su binacionalidad. Otras, como la conurbación Chuy - Chuí, promovería en Brasil atractores similares a los riverenses. A continuación se ahondará sobre cómo pensar en Uruguay e imaginar salas de juegos, especialmente aquellas de Montevideo o Punta del Este entre paulistas, pero también aquellas fronterizas entre *gaúchos*, surge como una imagen persistente especialmente a través del modelo de Hoteles Resort. Formato que, anuncia FdSP en junio de 2022²¹², volvía a ser discutido en el Congreso de Brasil, como lo ha sido anteriormente en la esfera gubernamental teniendo a PdE como un horizonte a considerar (se ahondará más adelante).

Los casinos han convocado a los brasileños como un llamador de destaque, que articula diversos otros, componiendo imágenes como las antes desarrolladas, aunque a través de procesos temporales que traerán matices y trascenderán ese atractor. “*Os brasileiros podem se perguntar: «Por que trocar 8.000 km de litoral com águas quentes para se estirar nas areias de Punta?»*”, al respecto, en línea con cuanto se desarrolla en el capítulo 2:

²¹² FEITOZA, César. Lobby para legalizar cassinos e bicho envolve grupos do Brasil, Las Vegas e Europa. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 25.jun.2022. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2022/06/lobby-para-legalizar-cassinos-e-bicho-envolve-grupos-do-brasil-las-vegas-e-europa.shtml> Acceso: 27.jun.2022.

Algumas respostas: a geografia e a paisagem são raras, não há perigo de o turista ter seus pertences furtados, a areia é limpa, as noites são badaladas, circula por lá muita gente bonita e, para quem gosta de jogar com a sorte, Punta del Este comporta três cassinos -dois deles em resorts de luxo, o tradicional Conrad e o novo resort Mantra (...).²¹³

La anterior cobertura del balneario escrita en 2004 remite a un momento de consolidación de la propuesta de hotel, casino, restaurantes, spa y eventos de Conrad, en funcionamiento a lo largo del año, algo que no resulta en dato menor, en complemento con Mantra Resort que surgiría luego con propuesta equivalente. Habituales se tornaron los artículos que sugieren visitas de invierno, de hecho, desde lo cuales se remite junto a aquellos del verano a la vivencia de visitar el balneario como posibilidad de codearse con celebridades, transitar por paisajes “raros”(exquisitos) y “distintos”(distinguidos), deleitarse con propuestas de restaurantes, discos y arte en las calles o museos como el icónico Casapueblo.

As praias do Uruguai não são melhores nem piores que as do Brasil. São diferentes. Com uma areia mais grossa e mais escura e águas geladas, no calor são frequentadas por turistas que encobrem a areia. Assim é a praia do Bikini, que ironicamente recebeu este nome por ali permitirem que se faça topless.²¹⁴

En los 2000, una vez más hacía falta recalcar que no eran mejores ni peores; en todo caso, no sería esa la motivación primera para desplazarse cientos de kilómetros hacia un litoral que no es ni más ni menos que aquel más próximo. No obstante, otra nota, titulada “*Ricos e famosos frequentam Punta*”²¹⁵, en 1995, muestra primero a franceses y norteamericanos como turistas habituales, antes que a los mismos brasileños.

Com a chegada do verão, prevista para 15 de dezembro, Punta del Este se prepara para receber uma invasão de turistas de todos os lugares do mundo, principalmente argentinos, franceses, norte-americanos e brasileiros.

Ello, tal vez, para convidar a los propios brasileños especialmente a ser parte de aquella marea internacional, pero distando de una imagen preparada para Brasil década y media después. Ese mismo artículo, agrega en seguida: “*As praias, não tão bonitas como as do litoral brasileiro, são majestosas e estendem-se a perder de vista, acompanhando a curva final do continente*”. Pronto, perderá relieve ese contraste o advertencia que tanto preocupaba al cronista de turismo brasileño en el este uruguayo. La playa está, compone un escenario de deseo, pero a pesar de elemento constitutivo del destino no necesariamente tenderá a ser un

²¹³ MAGALHÃES, Margarete. Geografia dá ar da graça em Punta del Este. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 9.dez.2004. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/fx0912200428.htm> Acceso: 4.ago.2020

²¹⁴ FREDERICO, Carolina. Praia do Bikini abriga topless. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 4.set.2000. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/fx0409200014.htm> Acceso: 15.abr.2021.

²¹⁵ PEREIRA, Sergio Luiz. Águas distintas banham a orla de Punta. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 20 abr., 1995. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1995/4/20/turismo/20.html> Acceso: 2.abr.2021.

atractivo central en el proceso de reflexividad turística al norte de Rivera y Chuy hasta Oiapoque.

En tiempos en los que los grandes hoteles indefectiblemente contaban con un casino, fuera verano o invierno, la mirada turística no iba más allá de La Barra o Manantiales, a pocos kilómetros del centro urbano puntaesteño. Las crónicas de viaje de FdSP, entre otros artículos dedicados enteramente al balneario, no se dirigían a José Ignacio o Garzón en el período 1997 - 2008, a pesar de que si lo hacían medios argentinos aún desde antes como se verá en el capítulo 5 que evidencia un ritmo muy diferente en el direccionamiento de la mirada y construcción de consensos al respecto. Según concluye Urry (2005), “(...) la mayoría de los turistas están concentrados dentro de un área sumamente limitada” (p. 108). En una de tantas redacciones, elaboradas mediante enviada especial en el invierno del año 2000, se lee en el *jornal paulista*:

Comece pela avenida principal da cidade, a Gorlero. Dê uma olhadinha nas vitrines e, se puder, desembolse algum dinheiro. Lá estão as grifes e as grandes lojas. No bairro com o sugestivo nome de Beverly Hills, as atrações são as mansões de celebridades como Diego Maradona e verdadeiros castelos, como o de Nicolau Scarpa. Na barra de Maldonado não deixe de ir à ondulada ponte de La Barra, construída em 1961 pelo engenheiro Leonel Vieira. Na travessia, o viajante sente um arrepio semelhante ao de uma volta numa montanha-russa. Mesmo durante o inverno, a noite em Punta del Este é bastante agitada. Numa cidade onde tudo custa pelo menos o dobro de São Paulo, pode-se gastar US\$ 4 numa lata de Coca-Cola e US\$ 6 por andar apenas um quilômetro de táxi. Mas não se preocupe com o horário, porque às cinco da manhã as pistas de dança ainda estão lotadas²¹⁶.

Podríamos hablar de una convergencia o punto de saturación en la mirada turística producida en publicaciones de la época por parte de FdSP, entre el encuentro del Plata con el Atlántico, las mansiones, los famosos, las salas de juego y los eventos, la calle entonces principal Gorlero, Casapueblo, contingentemente las islas de Lobos y Gorritti, ocasionalmente Los Dedos en tanto su mención resulta esporádica, el puente de La Barra, en ocasiones puntuales el Museo Ralli o el faro. A partir de 2008 a la fecha Gorlero escasamente se menciona, la calle *20 rua de grifes* emerge eventualmente, así como surgen nuevas ruralidades y rusticidades, entre otros alicientes como el fortalecimiento de una antigua presencia de las artes. Los nudos señalizadores de los que habla John Urry se romantizarán en un ejercicio nostálgico de un primer Punta del Este, el cual perdido en la urbanización sigue vigente pero complementado al interior y al este del territorio.

²¹⁶ Frederico, CAROLINA. Punta invade o mar com glamour dos anos 30. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 4.set.2000. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/fx0409200013.htm> Acceso: 2.abr.2021.

Muitos associam Punta del Este, a sofisticada cidade uruguaia, aos cassinos -e o mais badalado fica no hotel Conrad.

O balneário onde os turistas passeiam na avenida Gorlero, é banhado pelo rio da Prata e pelo oceano Atlântico, e se divide entre as praias Brava e Mansa, ambas de águas gélidas.

Na praia Brava, fotografar a escultura "La Mano", cujos dedos brotam da areia, é prova de que se esteve lá. A ilha dos Lobos tem uma colônia desses mamíferos marinhos. Há tours que levam até a ilha Gorriti²¹⁷.

La anterior nota de 2009, se ubica en un período de inflexión reflejando no obstante la mirada turística consolidada a la fecha en las orientaciones de FdSP, desde una organización de la contemplación sobre el centro de la península y sus laterales más próximos. Mirada que se corresponde a su vez con la del turista de corta estadía, posiblemente con locomoción limitada y con un exíguo historial de conocimiento previo del entorno; algo que refleja, en sí mismo, los viajes de corta duración de los brasileños así como su inusual asiduidad en la mayoría de los casos; algo que, como se verá más adelante, difiere de trayectos argentinos. Las siguientes imágenes tomadas de FdSP evidencian, por un lado, el direccionamiento de la mirada turística sobre un mapa de principios de siglo, mientras que diez años después la extensión de la cartografía en el territorio costero, hace notar transformaciones en los objetos de mirada mientras que, a su vez, otros mapas más recientes como los que serán referenciados en el capítulo 5 denotan un corrimiento hacia el interior.



Figura 17 - Ilustraciones de la costa este uruguaya en FdSP para el año 2000 y 2011.

3.2. 2008 - 2020. Un lugar para brasileños en el que encontrar al mundo: sofisticación urbana y rural sobre el mar

A região [Punta del Este y proximidades] foi escolhida nos últimos anos por empresários, banqueiros, executivos e atores, especialmente da Argentina e do

²¹⁷ URUGUAI ATRAI com compras, prédios históricos e parilladas. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 17.set.2009. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/fx1709200934.htm> Acceso: 16.abr.2021.

*Brasil, mas também da Europa, para compra de casas campestres com amplas zonas verdes e próximas às costas do oceano Atlântico*²¹⁸.

La cita anterior, tomada de la sección *Mercado* al anunciarse la construcción del Hotel Fasano, representa un giro en la mirada puntaesteña. En este segundo período (2008 - 2020), no hace falta aclarar la distancia de la capital del país respecto del principal balneario uruguayo. Ir a Punta del Este aparece en FdSP como un viaje al exterior desde Brasil, con el peso simbólico de ir afuera, pero “*a corta distancia de SP*” según se lee. Surge como una alternativa a Miami o ciudades europeas entre los paquetes de viaje promocionados por el periódico, cuando no aparece como una opción más en listados de selectos destinos litorales nacionales. Ir más allá de la zona de Manantiales era inusual en el período anterior (1997 - 2008), para devenir en un trayecto obligado de un destino que va más allá del sol, la playa, espectáculos y casinos en este segundo período de proyección de imágenes y miradas en torno al “buque insignia” del Uruguay.

A través de artículo tomado por FdSP de la agencia de prensa EFE, para su sección Turismo, titulado “*Costa leste uruguaia se consolida como destino de milionários*”²¹⁹, se lee que “*a referência inevitável continua sendo Punta del Este (...), mas outros destinos do departamento de Maldonado, onde se encontra o famoso balneário, como José Ignacio e Laguna Garzón*”. El dimensionamiento de un *alto padrão* local persiste, o incluso se fortalece, a la vez que aquellas transformaciones en los puntos focales de la costa este uruguayo, además de otras redefiniciones del discurso narrativo, mediante enunciaciones tales como que los brasileños pasan a ser habitués. Al respecto, el artículo antes citado resulta elocuente:

As duas tendências da região são em direção ao interior”, rumo ao campo, onde se pode realizar “atividades rurais muito próximas do mar”, e para a costa leste, em direção ao Brasil, afirmou em entrevista à agência Efe Juan Irala, consultor da imobiliária Terramar Christie's.

“O que antes, em um primeiro momento, era um lugar de veraneio tipicamente de turistas argentinos, foi incorporando outros amigos” vindos do Brasil, Estados Unidos e Europa, explica o representante dessa empresa uruguaia, filiada ao ramo imobiliário de uma famosa casa de leilões britânica.

Não longe dali, entre Punta del Este e a localidade de San Carlos, Irala comercializa o projeto Fasano, um hotel da cadeia brasileira de mesmo nome,

²¹⁸ GRUPO FASANO vai investir US\$ 100 mi em turismo no Uruguai. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 20.jul.2008. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2008/06/414519-grupo-fasano-vai-investir-us-100-mi-em-turismo-no-uruguai.shtml> Acceso: 12.dez.2020

²¹⁹ COSTA LESTE uruguaia se consolida como destino de milionários. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 15.feb.2012. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2012/02/1048510-costa-leste-uruguaia-se-consolida-como-destino-de-milionarios.shtml> Acceso: 10.nov.2020

complementado pelo desenvolvimento imobiliário e impulsionado pela também brasileira JHSF.

Múltiples titulares reflejan este cambio sobre la ampliación y/o diversificación del perfil de turistas, entre ellos un ascenso en el número brasileños, así como sobre nuevos espacios a habitar tanto hacia el *foreland* a la vez que extensión oriental del *hinterland* puntaesteño:

*Venho para cá desde criança e acompanho as transformações. Antes, era um balneário argentino; agora é internacional, há muitos brasileiros", diz à Folha o empresário, mecenas de filmes como "Tropa de Elite" e "Lula - O Filho do Brasil"*²²⁰.

Un argentino vinculado a Brasil así nos indica, esa *brasileirização* patente de PdE. Sus dichos, encuentran múltiples ecos: *"Punta del Este sempre foi um destino argentino por excelência. Agora se escuta português em todas as esquinas", diz Juan Irala y Hernández, consultor da Terramar, a maior agência imobiliária da cidade*²²¹. La cita, de hecho, da título al artículo. En el artículo más representativo de este proceso, al publicarse en portada así como a través de varias páginas en la revista dominical de FdSP, *São Paulo*, se lee que *"(...)Mario Cohen, presidente do Instituto Auditório Ibirapuera e um dos primeiros brasileiros a se instalar ali (...)".* Quien, se presenta como *" (...) ex-diretor da Globo, Mario diz que a imagem de Punta que chegava a SP o deixava triste. "Era a do cassino Conrad, do pessoal que joga, do Amaury Jr.. Agora, esse perfil mudou"*²²²,

En 2010 se informa que *"o número de brasileiros representa quase 60% dos visitantes do balneário, com 15% de argentinos e o restante formado por uruguaios e turistas de outras regiões"*²²³. con el artículo *"Brasileiros são maioria em hotéis de Punta del Este, no Uruguai"*. Algo habitual en un destino de turismo residencial cautivo de argentinos, que deja los hoteles al ocasional turismo concentrado en *Réveillon* y Carnaval de brasileños; la construcción discursiva revela una realidad de los primeros días de enero, una selección que

²²⁰ COLOMBO, Sylvia. Argentino mira brasileiros no Uruguai. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 12.fev.2012. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/mercado/25362-argentino-mira-brasileiros-no-uruguai.shtml> Acceso: 12.abr.2021.

²²¹ 'AGORA SE escuta português em todas as esquinas'. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 12.fev.2012. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/mercado/25363-agora-se-escuta-portugues-em-todas-as-esquinas.shtml> Acceso: 15.abr.2021.

²²² KÜCHLER, Adriana. Paulistanos invadem Punta neste verão. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 30.jan.2011. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/saopaulo/867626-paulistanos-invadem-punta-neste-verao.shtml> Acceso: 6.fev.2021.

²²³ BRASILEIROS SÃO maioria em hotéis de Punta del Este, no Uruguai. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 11.jan.2010. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2010/01/677524-brasileiros-sao-maioria-em-hotéis-de-punta-del-este-no-uruguai.shtml> Acceso: 16.abr.2021.

omite el descenso de visitantes en fechas a venir. Su estadía en el este recibe orientaciones para mirar más allá del centro urbano del balneario, para el período aquí en análisis:

Outro polo de atração ainda sob a influência de Punta del Este é o balneário José Ignacio, a 40 km do centro, conhecido por suas chácaras marítimas que podem chegar a US\$ 25 milhões -uma delas, La Colorada, tem como proprietária a colombiana Shakira -e endereço do restaurante La Huella, xodó dos ricos e famosos²²⁴.

No obstante, la imagen a proyectar no precisaría considerar esos pormenores. En el texto, el este del litoral es abarcado como años antes no sucedía a la vez que se llega incluso a referir al pueblo Garzón²²⁵, a 35km de la costa, a la par que se avanza sobre José Ignacio e inclusive se esbozan menciones a Cabo Polonio, ampliándose repertorios en torno a la imagen del destino PdE integrada por una diversidad de experiencias, paisajes y espacios de sociabilidad. Asimismo, las frías playas locales, vueltas un aspecto de la imagen puntaesteña poco promisorio en la reflexividad turística brasileña y su construcción de imagen sobre la limítrofe costa sur encuentra relecturas postivizantes que se nutren de singularidades de un selecto y “civilizado” lugar para pocos:

Na sorveteria Volta, um grupo de médicos conta suas impressões. "As praias aqui são mais limpas e têm mais espaço que as de São Paulo, que estão lotadas", diz Haila Mutti, 29. O preço não incomoda. "Pra outros brasileiros, talvez esteja caro. Mas pra gente, que é de SP, está OK."²²⁶

La mirada de este segundo período no deja atrás la anterior, convive con ella a la vez que, juntas, diversifican las imágenes y ofertas de un destino que en ese complementariedad o desde una u otra de sus caras, atrae miradas a la vez que proyecta sus ángulos de visión en FdSP y más allá. Asimismo, surge a partir de artículos como el antes citado “Costa leste uruguaia se consolida como destino de milionários”²²⁷, la identificación de PdE como destino residencial y no sólo turístico.

²²⁴ MOTA, Denise. Zuckerberg e Ronaldo estão entre os habitués de Punta. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 31.jan.2013. Disponible:

<https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2013/01/1223027-zuckerberg-e-ronaldo-estao-entre-os-habitués-de-punta-a.shtml> Acceso: 6.fev.2021.

²²⁵ MELO, Josimar. Chef argentino demonstra técnicas em praça uruguaia. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 17.nov.2001. Disponible:

<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/comida/9314-chef-argentino-demonstra-tecnicas-em-praca-uruguaia.shtml> Acceso: 16.abr.2021.

²²⁶ KÜCHLER, Adriana. Paulistanos invadem Punta neste verão. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 30 jan. 2011. Disponible:

<https://www1.folha.uol.com.br/saopaulo/867626-paulistanos-invadem-punta-neste-verao.shtml> Acceso: 6.fev.2021.

²²⁷ COSTA LESTE uruguaia se consolida como destino de milionários. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 15.feb.2012. Disponible:

<https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2012/02/1048510-costa-leste-uruguaia-se-consolida-como-destino-de-milionarios.shtml> Acceso: 10.nov.2020.

3.3. *É dos brasileiros*

En diálogo con Dilamar Larrosa²²⁸ durante el desarrollo de esta investigación, se intercambió sobre el Punta del Este de su memoria que “era un pueblo”. No recuerda la presencia de brasileños en el área, en tiempos de su juventud, según sostiene al comunicarnos a mediados de 2022. “Eso de reveillon lo inventaron hace 20 años”, afirmó el antiguo residente en referencia a la asociación del período de apertura del año como asociado a la visita de brasileños. Campodónico et. al (2021) informa cómo antes de la década de 1960 los viajes desde Brasil a Uruguay se daban, usualmente, por medio de transatlánticos que desembarcaban en sus puertos y desde allí continuaban hacia Montevideo y Buenos Aires. Recién para aquella década de 1960 se logró contar con carreteras dotadas de adecuada pavimentación para un largo tránsito desde Brasil, especialmente dadas las reformas de la ruta nacional N° 5 del Uruguay (GOIDANICH, 1993). En 1942, igualmente, la *Sociedade Anónima Empresa de Viação Aérea Rio-Grandense* (VARIG), lanzaba su ruta Porto Alegre - Montevideo (ibid.). La presencia brasileña en suelo uruguayo ha sido una constante, pero carecía de estímulos suficientes para su profusión hasta avanzado el siglo XX.

²²⁸ Integrante de Comisión Directiva de Liga de Fomento y Turismo de Punta del Este, maestro jubilado, residente del balneario desde su nacimiento, miembro activo de la comunidad local.

Brasileiros são maioria em hotéis de Punta del Este, no Uruguai

da Ansa, em Montevidéu

11/01/2010 @ 15h22

f Compartilhar t in e < 0 OUVIR O TEXTO Mais opções

O balneário de Punta del Este, o principal do Uruguai, iniciou a temporada de verão 2010 com 90% de sua capacidade hoteleira ocupada em grande maioria por hóspedes brasileiros.

Escritor inspira tour pela capital uruguaia
Carnaval de Montevidéu é o mais longo do mundo



Vista de Punta del Este, um dos mais elegantes balneários da América Latina

Figura 18 - Folha de São Paulo, 11/01/2010.

Un artículo de 2001 de la agencia periodística del *New York Times* (NYT), publicado por Folha en su sección *Turismo* y presumiblemente editado también en otros periódicos, realiza un exhaustivo análisis de las dinámicas turísticas puntaesteñas:

Punta del Este é conhecida em toda a América Latina como o parque de diversões dos argentinos ricos e da nobreza européia -onde o jet set toma champanhe em seus iates, aluga chalés mediterrâneos por US\$ 10 mil ao mês e passeia pelas calçadas de madeira com seus poodles franceses²²⁹.

La publicación de la agencia norteamericana alude a Brasil, a la vez que enmarca una desanimada perspectiva en torno al balneario hacia principios de la década de 2000:

Mesmo antes da crise atual, o balneário vinha perdendo sua posição nos últimos anos, em resposta às mudanças nos padrões sociais. A cidade tentou atrair mais argentinos de classe média, bem como brasileiros, chilenos e paraguaios. Mas muitas das mudanças foram apenas parciais. A inauguração, quatro anos atrás, do Conrad, um hotel com cassino ao estilo de Las Vegas, foi um sucesso apenas modesto e não causou interesse das cadeias internacionais de hotéis. E o aumento esperado no número de turistas brasileiros não se materializou, em parte devido à desvalorização do real, em 1999.

La noticia concluye con la frase lapidaria "*Punta del Este está no final de uma era que durou 60 anos*", en palabras de Ramon de Isequilla, entonces presidente de la Liga de Turismo y

²²⁹ KRAUSS, Clifford. Punta del Este é vítima da crise argentina. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 14.jan.2001. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/mundo/ft1401200109.htm> Acceso: 2.abr.2021.

Desarrollo de Punta del Este. "E não sabemos ainda o que virá", agrega. Aquel período implicó negociaciones, discusiones sobre el destino desde la localidad, así como las tasas cambiarias resultaron fundamentales; al respecto ahonda el capítulo 5. No obstante aquello, muestra de la multiplicidad de miradas en un mismo medio y sus transcurso en el tiempo, otro futuro llegó o, al menos, pasó a mostrarse.



Figura 19- Folha de São Paulo [Portada de Revista São Paulo], 30/01/2011.

Nada menos que la revista dominical São Paulo de FdSP señala en su portada que "Punta é nossa", de los paulistanos. Ahora, "(...) o mar é gelado em Punta, mas ninguém parece se incomodar". Ya no hace falta comparar con las playas brasileñas, não é essa a questão podría decirse. Punta del Este deviene en la Toscana, estar en Italia o Francia a pasos de Brasil; es como Los Hamptons, donde las casas no tienen muros aducen Rogerio Fasano y

Mario Cohen respectivamente. No faltan comparaciones con Ibiza, por sus fiestas. Respuestas a por qué Punta, se esgrimen por doquier a través del testimonio de una “comunidade” brasileña que aparece por primera vez en el diario.



Figura 20 - Folha de São Paulo [Interior de Revista São Paulo], 30/01/2011.

Títulos y copetes como los visibles en figura, concitan atención: “*Vamos a la playa. Paulistanos desbancan argentinos do pódio dos que mais visitam Punta; “comunidade” compra propriedades e transita entre o campo e a areia*”. Si bien otros balnearios brasileños se comparan con PdE, éste no es comparado con ellos ni con otros sudamericanos. Entre Miami y Punta del Este se encuentra Brasil, y es Punta la referencia más cercana. En esa dirección encontramos esfuerzos de conducción hacia una “mirada colectiva” brasileña hacia al balneario y su entorno, mediante mecanismos que evidencien la presencia de otras personas que “(...) indican que éste es el lugar donde estar y que uno no debiera estar en otro sitio” (URRY, 2005, p.107). La presencia de “(...) otros turistas. personas como uno” (p. 108), acreditan capitales distintivos al lugar. El *glamour* puntaesteño lo justifican esos otros que lo detentan allí, fundamentación relevante para potenciales turistas que se definan como iguales o aspiren a serlo, respecto de quienes frecuentan PdE. A pesar de que, un potencial incremento de nuevos visitantes pueda expulsar a quien prefiere una “mirada auténtica”, o solitaria, sobre una naturaleza y sociedad lejana de masividades urbanas.

“Além de paulistanos, jet setters e celebridades fazem do litoral uruguaio o hype deste verão”, se indica en la revista *São Paulo* junto a fotos de Ron Wood guitarrista de los Rolling Stones, Pierre Casiraghi príncipe de Mónaco, Gerard Butler actor de Hollywood y mención al Nobel de Literatura Mario Vargas Llosa. A pesar de reconversiones de una imagen volcada a las playas y casinos, para otro que gira al campo, se sostiene el *appeal* de codearse con el jet set global. La “praia hippie chic de José Ignacio”, surge como el escenario del momento. La selección, en esta oportunidad, no deja fuera ni a la realeza ni a galardonados por el Nobel. A través Pierre Bourdieu (2002) se vislumbra un ejercicio producción simbólica, a través de *mediadores culturales* como FdSP, cuyos trabajadores transforman en capital simbólico del litoral del departamento de Maldonado la presencia de aquellas figuras dotadas, en sí mismas, de un alto poder a través de su capital económico, social y cultural.

Asimismo, a pesar de visibilizarse la privacidad de figuras públicas de pasaje por el este uruguayo, la reserva y privacidad también es anhelada y no parecería haber contradicciones: “Lá dentro [Hotel Fasano], um público dos 18 aos 60 e uma surpresa: o ator Ricardo Darín, de "O Segredo de Seus Olhos", dançando de mãozinhas para o ar e se roçando em uma dançarina. Infelizmente, câmeras fotográficas são proibidas na balada”. La distinción aumenta cuanto mayor reserva y distancia puede observarse, a través del poder de elegir a quién o dónde dar señales de cercanía (BOURDIEU, 2000). Preferir estar donde ello se encuentre garantizado, atribuye *status*. La distancia relativa del destino y su coste, conniven a su vez para que quienes opten por desplazarse al lugar no lo hagan en número exorbitado, en principio.

DANDO PINTA EM PUNTA



Gerard Butler

O escocês, ator de "300" e conhecido por gostar de balada, passou o Réveillon no Fasano, de onde salu com uma morena



Pierre Casiraghi

Depois de passar pelo Rio, o príncipe, um dos filhos de Caroline de Mônaco, foi visto passeando pelas areias uruguaias

ALÉM DE PAULISTANOS, JET SETTERS E CELEBRIDADES FAZEM DO LITORAL URUGUAIO O HYPE DESTE VERÃO



Ron Wood

O guitarrista dos Rolling Stones passou o Ano-Novo em Punta com a namorada brasileira, Ana Araújo. Correu e desfilou de botas de inverno na praia

Mario Vargas Llosa

O prêmio Nobel de Literatura esteve no Conrad, cassino mais badalado da cidade, para receber um prêmio de jornalismo e o título de cidadão honorário de Punta

NA LÍNGUA DELES

BUENA ONDA

coisa ou pessoa muito legal ou relax

CLERICOT

hit das praias "estenãs", é uma espécie de sangria, com vinho branco, frutas e gelo

CHIVITO

ou cabritinho, clássico sanduíche uruguio, com um bife e muitos acompanhamentos (ovo, presunto, queijo, alface, tomate etc.)

FIESTAS PRIVADAS

baladas fechadas; para frequentá-las é fundamental conhecer pessoas influentes

LA BARRA

bar ou balcão, para tomar um ou mais drinks enquanto espera uma mesa

LAPATAIA

o doce de leite mais famoso do Uruguai

MATE

não é o Matte Leão das praias do Rio, mas o de chimarrão, que uruguaios, argentinos e gaúchos degustam nas areias

PARADA

ponto de referência nas praias Mansa e Brava, como os "postos" das praias cariocas; a parada 31 é reduto de brasileiros

PARADOR

restaurantes que são points na praia ou quiosques com megaestrutura patrocinados por uma marca

22 ★ ★ ★ 30 de janeiro a 5 de fevereiro de 2011

m

Figura 21 - Folha de São Paulo [Interior de Revista São Paulo], 30/01/2011.

Rogério Fasano declara: *“Existe inclusive uma comunidade de brasileiros, instalada no campo, na parte "Toscana" do balneário, que nem faz tanta questão de ir à praia. Um pequeno grupo (com grandes propriedades) que agora se reúne em torno do novo Fasano Las Piedras”*. Asimismo, se complementa: *“Rogério acredita que o hotel pode atrair ainda mais paulistanos, «como atraiu para o Rio». «Punta fica vazia no inverno, mas aqui no hotel é campo. É como ficar em Campos do Jordão»”*. Luego de recurrir a destinos extrarregionales de alto valor simbólico, en un claro guiño a Brasil no dejan de mencionarse referencias al país. Se trabaja en construir el atractivo de ir en invierno, con referencia de brasileños, que

buscan distinción, remitiendo al campo y no solamente al mar. Otra imagen que discursivamente invita a una retórica convidativa para una mirada brasileña.



Figura 22 - Folha de São Paulo [Interior de Revista São Paulo], 30/01/2011.

Y la noticia refuerza de quienes y para quienes es este universo restrictivo del lujo, parafraseando a Ortiz (2019):

Já na areia de Bikini, uma turma paulistana que não escolheu sustentar Punta curte o sol. Eles ganharam a viagem como prêmio da "firma". Se não, estaríamos no Guarujá", brinca o engenheiro Paulo Toledo, 27. "Temos um perfil mais 'low cost'. Se a gente pudesse escolher, pelo dinheiro que se gasta aqui, dava para ir a lugares bem mais legais.

No obstante, en consecuencia de otros viajeros que interpretaron tener el perfil, aún a la altura de agosto del 2011 se informaba desde FdSP que: *“Na empresa de Ferraz, a Monark Operadora, não há mais passagens para Punta del Este, no Uruguai”*²³⁰, para Réveillon.

²³⁰ FRIAS, Maria Cristina. Turistas já compraram 60% dos pacotes para Ano-Novo. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 23.ago.2011. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/mercado/me2308201101.htm> Acceso: 21.abr.2021.

En 2012, en la sección *Mercado* de FdSP, se lee “*Agora se escuta português em todas as esquinas*”²³¹. Al respecto, “(...) *sobre o porquê do aumento do fluxo de brasileiros à costa uruguaia*”, se cita una respuesta local como broma elocuente: “*Diferentemente do Brasil, faz um friozinho à noite e os turistas ricos querem mostrar as roupas que compram na Europa*”, a través de un agente inmobiliario que en tono jocoso así lo sugiere. Se hace referencia a la radicación de empresas brasileñas como Osklen o Fasano²³², un trazo de la movilidad creciente no sólo de turistas sino marcas o inclusive a la “(...) *mobilidade de outros híbridos globais, como a internet, o transporte automotor, o mercado financeiro global, entre outros, que se espalham pelo mundo e reconfiguram o que é «global»*” (URRY, 2016. p. 145). En FdSP se alcanza a leer que “(...) *a cervejaria Miller faz amanhã festa em Punta del Este*”²³³, mensaje eficaz para la marca así como para PdE se viaje corpóreamente o no al destino tras leer. la agenda paulista de *Ilustrada*, en la que PdE llega a aparecer como un local más para “*se planejar*”.

Poco después, también en igual sección, se lee la materia “*Argentino mira brasileiros no Uruguai*”²³⁴, mientras se evidencian nexos de un millonario argentino con Brasil y se presenta su propuesta inmobiliaria de forma exhaustiva, *Las Cárcavas*. La avanzada de Uruguay sobre PdE confluye con un período de auge expansionista de Brasil sobre el Cono Sur (OLIVEIRA MALDONADO, 2021), sobre lo cual narrativas como la anterior densifican intencional o inintencionalmente un discurso que delinea imágenes de prosperidad y abrangencia de Brasil, aún en sus vacaciones, más aún frente al segundo gigante de América del Sur, en su destino

²³¹ 'AGORA SE escuta português em todas as esquinas'. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 12.fev.2012. Disponible:

<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/mercado/25363-agora-se-escuta-portugues-em-todas-as-esquinas.shtml>
Acceso: 15.abr.2021.

²³² Marca que asegura apariciones periódicas de PdE en FdSP, de maneras como esta: “No setor hoteleiro, há hotéis Fasano em várias cidades, entre elas São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador, Belo Horizonte e Punta del Este, no Uruguai”.(cita abajo) De hecho, menciones inauditas como que las sillas para el Hotel Fasano de Río seleccionadas por el decorador Phillippe Starck fueron compradas en PdE (cita abajo). Digno de mención PdE, imbuye un status puntaesteño. Un lugar fuera de Brasil pero a la vez cerca, con lujo del norte.

RESTAURATEUR FABRIZIO Fasano morre aos 83 anos, em São Paulo. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 24.nov.2018. Disponible:

<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2018/11/empresario-fabrizio-fasano-morre-aos-84-anos.shtml> Acceso: 22.abr.2021.

PROJETO REFLETE estilo carioca, mas com serviço "paulista". Folha de São Paulo [online], São Paulo, 19.jan.2008. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/cotidian/ff1901200832.htm> Acceso: 22.abr.2021.

²³³ BERGAMO, Mônica. CURTO-CIRCUITO. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 7.jan.2012. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrada/18617-monica-bergamo.shtml> Acceso: 10.fev.2021.

²³⁴ COLOMBO, Sylvia. Argentino mira brasileiros no Uruguai. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 12.fev.2012. Disponible:

<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/mercado/25362-argentino-mira-brasileiros-no-uruguai.shtml> Acceso: 12.abr.2021.

estival predilecto. Al mismo tiempo, se leen noticias tales como: “*Com preço alto no país, brasileiro de alta renda mira imóvel no exterior*”²³⁵, para destacar el ascenso de inversiones en PdE. Un lugar que adquiere robustez como local de turismo, inversiones y residencia. Según discursos relevados. Al respecto, también se lee en sección *Mercado* que: “*Na América Latina, o destino é Punta del Este, no Uruguai. Brasileiros costumam utilizar a casa no balneário em parte do ano e alugá-la no restante*”, entre otras orientaciones.

En 2013 se lee “*Vizinho em alta. Uruguai vira o novo queridinho do Brasil*”²³⁶, con el copete: “*O pequeno país passa a França e já é o 3º destino mais visitado pelos brasileiros; saiba por que nesta edição*”. Denise Mota como colaboradora para FdSP, escribe: “*Seja por conta da fama dos cassinos, das praias sofisticadas, da proximidade geográfica ou da segurança pública superior à média na região, o Uruguai vem caindo no gosto do turista brasileiro*”. Luego de Estados Unidos y Argentina, Uruguay es el tercer destino de los brasileños, se informa. Además de la constatación en mismo texto de que “*matrimônios requintados*” eligen cada vez más casarse en Punta del Este, abarcando un 50% del mercado. Mientras que la cantidad de turistas que arriba desde Brasil continúa en alza sostenida.

—

La noticia '*Roubos VIP' marcam o verão em Punta*'²³⁷ refiere a sucesos llamativos de crímenes en un balneario tenido como seguro. A la centralidad de esa temática, no escapa un refuerzo de la masividad del turismo brasileño: “*Nas ruas da península, o português é quase mais escutado do que o espanhol. "Adoro vir para cá, tem um glamour que as praias brasileiras não têm", diz a paranaense Alice Cardoso*”. Al tiempo que el alcalde local afirma “*«O brasileiro busca em Punta o que não há nas praias brasileiras: essa ideia de balneário chique. Vem aqui para expor roupas e joias caras na praia», diz Laventure*”. Se vuelve a comentar de la ausencia de rejas, lo cual parece empezar a ser puesto en duda dado algunos robos.

²³⁵ VASQUES, Daniel. Com preço alto no país, brasileiro de alta renda mira imóvel no exterior. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 7.dez.2013. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2013/12/1382242-com-preco-alto-no-pais-brasileiro-mira-imovel-no-exterior.shtml> Acceso: 21.abr.2021.

²³⁶ VIZINHO EM alta. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 31.jan.2013. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/91437-vizinho-em-alta.shtml> Acceso: 15.abr.2021.

²³⁷ COLOMBO, Sylvia. 'Roubos VIP' marcam o verão em Punta. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 20.jan.2013. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2013/01/1217626-roubos-vip-marcam-o-verao-em-punta.shtml> Acceso: 21.abr.2021.

Lo anterior, igualmente, no sucede de repente sino que es el envión final de una tendencia ya sugerida en momentos anteriores, con énfasis en las fechas de mayor frecuentación de brasileños: Un titular como *“Brasileiros invadem Punta del Este”* ya se encontraba, excepcionalmente, en 2003, como una noticia de France Presse retomada por Folha. *“O fluxo de brasileiros ao balneário aumentou 10% em todos os meios de transporte, segundo Machado. A Pluna realiza vôos charters do Rio de Janeiro, São Paulo, Porto Alegre e Curitiba para o Hotel Conrad”*. Se destaca entonces que se llega no solamente de Rio Grande do Sul como es tradicional, así como se enfatiza la búsqueda de seguridad y tranquilidad, desde el Presidente del Centro de Hoteles y Restaurantes. Quien también resalta la *“(…) presença de dois hotéis internacionais cinco estrelas, como o Conrad e o Cipriani [Mantra], com seus respectivos cassinos, algo que atrai turistas de alta classe, como os empresários que visitam o balneário”*. Ya en ese momento, durante *Réveillon*, podía llegar a un 60% de brasileños la ocupación de hoteles, se informaba. La *“atuais condições cambiais”* surgen como un factor no menor mencionado, capaz de garantizar un amplio flujo pero jamás limitante de circulaciones de un público de alto poder adquisitivo.

En el mismo tono, se lee en 2006: *“Brasileiros endinheirados invadem Punta del Este, diz 'La Nación'”*²³⁸. En este caso la invasión es explicitado como de adinerados, no se deja en evidencia. Se hace referencia a Wagner Ribeiro, empresario de los futbolistas Robinho e Kaká, quien según informa *La Nación* y cita FdSP aprovecha o *Réveillon* en Punta del Este hace seis años, porque *“(…) há muitas pessoas bonitas, não faz tanto calor como no Brasil e, o mais importante, há segurança” para seus filhos*”. El Hotel Conrad habría reservado una sala sólo para brasileños aquel año, quienes se informa gastan el doble que los argentinos por día. El Hotel Mantra informaba un crecimiento del 25% de brasileños, ya entonces. Los que más gastan, menos preguntan precio y más propina dan. La noticia es tomada a su vez de la BBC.

Luego de 2008, da un salto aquella progresiva alusión a un PdE que se acerca al público brasileño. El contexto de ventajas cambiarias y de progresivo afianzamiento del destino entre élites brasileñas, acompaña la instalación de empresas del gigante sudamericano en el área costera. Además de evidenciarse un alza en la sofisticación enunciada para con un PdE cada más competitivo y cada vez más, objeto de mención.

²³⁸ BRASILEIROS ENDINHEIRADOS invadem Punta del Este, diz 'La Nación'. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 4.jan.2006. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/bbc/ult272u49599.shtml> Acceso: 21.abr.2021.

3.4. Un lugar de comparación con el mundo

En tanto, “(...) *la mirada del turista no es un asunto de psicología individual, sino de maneras de ver socialmente modeladas y aprendidas*” (URRY & LARSEN, 2011, p. 2), las imágenes alrededor de la sofisticación, civilidad y paisaje costero encuentran en discursos hablados y escritos, imágenes fijas o en movimiento, dispositivos tecnológicos u otros soportes una construcción de sentidos. La contemplación e inclusive la interacción del turista se entrena, junto a locales u otros visitantes *in loco*, o mediante impresiones vehiculadas en torno a algo que existe o podría existir (ibid.). El contraste entre imágenes de un destino a conocer, con otros conocidos surge como una vía orientadora de los sentidos visuales, así como otros, a ser puestos en juego.

En la sección Turismo de FdSP, se leía en noviembre de 2004 el título “*Noite feliz: No exterior, escolhas têm neve, cassino e parques*”, para luego depararse con que: “(...) *os pacotes para passar o Natal no exterior vão dos cassinos de Punta del Este (Uruguai) e Las Vegas (EUA) até a neve de Aspen (EUA) e Madonna di Campiglio (Itália). Os preços são por pessoa*”²³⁹. Tales breves líneas del periódico entrenan la mirada del lector sobre Punta del Este, situándolo como un destino de juegos de azar a la par del liderazgo de la meca norteamericana en el área, así como a la altura de otros codiciados destinos del hemisferio norte. Otras notas en una misma dirección están al alcance del lector, como en el suplemento *Noivas & Casamentos* a través del texto denominado: “*Viajar para casar longe de casa é opção para quem quer fugir do tradicional*”²⁴⁰. Allí, en 2016 se lista un orden de opciones que abarca Las Vegas, Maldivas, Francia, Punta Cana, Punta del Este, Riviera Maya, Vinícolas de Casablanca y la Toscana, así como los brasileños Búzios, Fernando de Noronha, Trancoso y Ubatuba.

Para describir Knysna Bay en Sudáfrica, en la sección Turismo del periódico se lee que “(...) *sem ondas, a cidade, com pinta de Punta del Este, é uma baía protegida por duas montanhas que avançam sobre o mar*”. Allí, PdE aparece como lugar conocido cuya geografía física

²³⁹ NOITE FELIZ: No exterior, escolhas têm neve, cassino e parques. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 25.nov.2004. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/foalha/turismo/noticias/ult338u4825.shtml> Acceso: 22.abr.2021.

²⁴⁰ VIAJAR PARA casar longe de casa é opção para quem quer fugir do tradicional. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 28.fev.2016. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/saopaulo/2016/02/1743957-viajar-para-casar-longe-de-casa-e-opcao-para-quem-quer-fugir-do-tradicional.shtml> Acceso: 22.mar.2021.

ilustra otra ajena, al mismo tiempo ello visibiliza la imagen propia de un paisaje marítimo particular²⁴¹. Agadir, en Marruecos, “(...) *é quase uma Punta del Este marroquina: sol intenso de verão, vento gelado soprando do mar.*”²⁴² En Míconos, un cronista de FdSP se pregunta: “*O que eu vim fazer neste lugar? E, ainda por cima, venta mais do que em Punta Del Este*”²⁴³. Se orienta la mirada del lector hacia destinos recónditos, exóticos podría decirse, surgiendo PdE como un referencial próximo a la vez que familiar, cuyo frío viento y helado mar graba en la memoria brasileña para luego. esa, permitir su aparición y presencia en citas como estas.

“*Na América do Sul, Buenos Aires está super em alta, assim como Santiago (Chile) e Punta del Este (Uruguai)*”²⁴⁴. Este destino uruguayo es mencionado, es puesto a la par de pares de diferentes latitudes, especialmente en la sección Turismo. También en otras, a través de sus afamados visitantes, de las redes de destinos que las marcas allí presentes atraviesan, entre otros ejemplos desarrollados en el capítulo 2. Nuevamente, ha de destacarse que tanto en FdSP como en otras plataformas que mencionan al balneario, sea desde un exhaustivo o ligero pasaje, éste se posiciona, gana visibilidad, mira y es mirado. No obstante, a través de FdSP, las referencias de PdE para con lugares brasileños sugieren una especial atención.

En la sección *Mercado*, se narra en 2012 que “(...) *o Ano Novo é uma vitrine para empresários do setor de entretenimento*”²⁴⁵, en tanto período acertado para darse a conocer y recaudar. Al respecto, se destacan cuatro eventos en el litoral: *Réveillon Isla Privilège*, en Angra dos Reis; fiestas de *Grupo Novo Brasil* en sus cinco casas de Florianópolis; Punta del Este, donde “(...) *cerca de R\$ 1 milhão será injetado na festa Viva, organizada por Fábio Fonte, que trabalha no mercado financeiro e já organizou eventos em São Paulo*”; *Réveillon do Taípe*, en Trancoso. El circuito de fiestas selectas sobre el mar resaltado por empresarios del espectáculo en el referido artículo, abarca Punta del Este en su abanico para brasileños reafirmando la inserción de Punta del Este, especialmente desde esa época del año.

²⁴¹ ÁFRICA DO SUL: Surfistas radicalizam atmosfera de Jeffrey's Bay. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 23 jun. 2005. Disponible:

<https://www1.folha.uol.com.br/folha/turismo/noticias/ult338u5047.shtml> Acceso: 12 jul 2021.

²⁴² RECONSTRUIDA, AGADIR tem praia, exotismo e balada. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 29. jul. 2010. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/fx2907201007.htm> Acceso: 20 nov. 2021.

²⁴³ 'INVASÃO BÁRBARA': Em Míconos, fica pelado quem quer, pode se dar ao luxo ou tem juízo

Folha de São Paulo [online], São Paulo, 26. sep. 2013. Disponible:

<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/130675-em-miconos-fica-pelado-quem-quer-pode-se-dar-ao-luxo-ou-tem-juizo.shtml> Acceso: 20 nov. 21.

²⁴⁴ <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/fx0212200401.htm>

²⁴⁵ FRIAS, Maria Cristina. Município pernambucano recebe bairro planejado. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 30.dez.2012. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/mercado/86238-mercado-aberto.shtml> Acceso: 23.abr.2021

En el artículo *“Embalos de uma noite de verão”*²⁴⁶, se lee respecto de otro empresario del rubro eventos, instalado en Ubatuba, que: *“A nossa intenção é criar uma espécie de Punta del Leste. Uma praia perto da cidade onde tenha uma grande badalação noturna e onde as pessoas se reúnam”*. Mientras que, en entrevista al conductor mediático de la televisión brasileña, asociado tanto a *socialités* como a PdE dada una asociación comercial con el Hotel Conrad, se indica: *“Há 30 anos Amaury é o colunista social da televisão brasileira, apresentando no fim da noite uma atração com entrevistas feitas em festas do eixo SP-Rio - e até Punta del Este” (Uruguai)*²⁴⁷. Una serie de acciones concatenadas entre una cadena hotelera norteamericana instalada en Punta del Este, con agencia en SP y espacio contratado en la televisión paulista-carioca, lleva miradas hacia el litoral platense - atlántico uruguayo. A la vez que promueve, en columna de la reconocida periodista Mônica Bergamo, una inclusión ad-hoc de PdE en un circuito dominante, a modo de juego literario pero eficaz en colocar al destino.

*“Para os empresários, a noite de Florianópolis já ganha do Réveillon de Punta del Este, no Uruguai, e se compara aos de Saint-Tropez e Ibiza, na Europa”*²⁴⁸, manifiestan desde el Estado de Santa Catarina referentes del rubro que entienden a PdE como su punto de comparación, su aspiración. Es usual la competencia o comparación entre balnearios brasileños que intentan estar a la altura de Punta del Este. Puede leerse sobre fiestas de Itajaí, destino de la juventud en Guarita²⁴⁹, *“lugar de abastados”*, entre otros balnearios que observan con anhelo a su par uruguayo. *“A região de Camboriú, que tem uma cultura de pista há pelo menos 30 anos, em pouco tempo, vai ser a nova Punta del Este”*²⁵⁰, puede también leerse. El mejor destino para fin de año está en Punta del Este o fuera de la región, Jurerê o Trancoso aparecen como las más cercanas competencias. Ya en la sección *Turismo* de 1994,

²⁴⁶ VIEIRA, Adriana. Embalos de uma noite de verão. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 12.jan.1997. Disponible: https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1997/1/12/revista_da_folha/3.html Acceso: 23.abr.2021.

²⁴⁷ BERGAMO, Mônica. Arroz de festa. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 4.dez.2011. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrada/12766-arroz-de-festa.shtml> Acceso: 23.abr.2021.

²⁴⁸ Praias de Florianópolis (SC) investem em Réveillon de luxo. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 19. dic. 2011. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/1023342-praias-de-florianopolis-sc-investem-em-reveillon-de-luxo.shtml> Acceso: 12/10/20.

²⁴⁹ DE OLIVEIRA, Roberto. No Sul, Praia da Guarita reserva surpresas em área preservada. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 13.fev.2019. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2019/02/no-sul-praia-da-guarita-guarda-surpresas-em-area-preservada.sh> Acceso: 23.abr.2021.

²⁵⁰ ASSIS, Diego. Itajaí quer virar meca do gênero. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 17.jan.2003. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq1701200329.htm> Acceso: 23.abr.2021.

se escribía: “(...) *com uma infra-estrutura que a cada dia se assemelha a Punta del Este, Canasvieiras é uma praia de mar calmo e vida noturna intensa*”²⁵¹. Una referencia PdE.

3.5. Uruguay y Punta del Este miran a Brasil

La prensa analizada presta atención periódicamente a PdE en mayor o menor grado mediante las expresiones de contenidos como los hasta aquí referenciados. No sólo entrena miradas en torno a una Punta imaginada, sino también a Uruguay por medio de ese destino al que se adscribe el país habitualmente en textos, tablas, ilustraciones (mapas) y fotografías donde como se ha visto en capítulos anteriores, íconos nacionales como la yerba y el mate han emergido (ver apartado 2.1). La consigna “Uruguay, país de turismo”, se instaló en la década de 1930 y “(...) supuso la construcción de una nueva imagen que amplió la ya existente y puso en circulación un nuevo conjunto de representaciones que buscaban integrar las diversas regiones que se vislumbraban como potenciales mercados turísticos ” (MARONNA, 2012, p. 574), especialmente desde entonces destinos y nación se articulan a través de acciones explícitas tanto materiales como simbólicas con especial preocupación sobre argentinos, brasileños y uruguayos. FdSP ha canalizado diferentes acciones materiales que dan lugar a un país que, desde su capital turística o trascendiendo la misma, extiende sus brazos para dar la sensación de recibir convenientemente.

El artículo de 2001 “*Punta del Este é vítima da crise argentina*”²⁵², a través de NYT, indica: “*Os empresários e líderes políticos locais, que no passado consideravam deselegante promover a cidade, tomaram medidas fortes para manter seu controle sobre o meio milhão de visitantes anuais*”. A pesar de que las acciones públicas estaban presentes, se entiende que el mensaje aquí era que por sí mismo el balneario atraía y no resultaba indispensable contar con medidas publicitarias frente a un prestigio natural, algo que, no obstante, encuentra innúmeros contraargumentos entre estudios como los realizados por el Área de Estudios Turísticos de la Udela (DA CUNHA et al., 2012; CAMPODÓNICO et al., 2021), la ciudad era promovida pero puede corroborarse que la crisis tras el cambio de siglo tornó necesario reavivar medidas de atracción innovando en beneficios a visitantes y campañas de atracción.

²⁵¹ RAMOS DERENGOSKI, Raulo. Florianópolis investe no "turismo de resultados". Folha de São Paulo [online], São Paulo, 15.set.1994. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1994/9/15/turismo/13.html> Acceso: 23.abr.2021.

²⁵² KRAUSS, Clifford. Punta del Este é vítima da crise argentina. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 14.jan.2001. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/mundo/ft1401200109.htm> Acceso: 2.abr.2021.

Aquellas acciones promocionales e institucionalizadoras de la actividad turística permanecerá, como se lee en el texto “*Uruguai lança campanha para atrair turistas brasileiros*”²⁵³ fue publicado en 2011, evidenciando esfuerzos para una conveniente recepción al turista brasileño, en línea con lo anterior, ratificando que será bienvenido, será esperado:

A Intendência Municipal de Maldonado, departamento onde se encontra Punta del Este, o principal destino turístico do país, "organizou uma campanha agressiva" para "atrair o turista brasileiro", disse o Secretário de Turismo uruguaio, Horacio Díaz.

Os brasileiros que residem em grandes cidades, como São Paulo, Rio de Janeiro ou Porto Alegre "querem se movimentar com liberdade em suas férias" e Punta del Este "oferece essa possibilidade", acrescentou.

La noticia “*Punta del Este cria 'dólar turístico' para promover consumo*”²⁵⁴, redacción accesible en FdSP a través de AFP Press, en 2014 es publicado por la sección *Turismo*:

Um grupo de restaurantes de Punta del Este, no Uruguai, anunciou que criará o 'dólar turístico', uma cotação promocional da moeda para beneficiar os visitantes e incentivar o consumo.

Nos último anos, o Uruguai tem criado promoções para contrabalancear as restrições aplicadas por nações vizinhas. Origem de 70% dos turistas que viajam ao Uruguai, a Argentina restringe a saída de dólares e cobra altas taxas pelas compras feitas com cartão de crédito no exterior. Em dezembro, o Brasil elevou o imposto para pagamentos com cartão de débito no exterior.

O governo uruguaio já desonera em até 22% as comprar feitas com cartões estrangeiros, além de estabelecimentos voltado ao setor do turismo, como restaurantes, casas de eventos e hotéis.

Tal conjunto de acciones públicas y privadas institucionalización de acogida al turismo construyen sentidos sobre PdE y el Uruguay, algo que “*(...)se dá na expressividade de elementos informativos agrupados em textos, a imagem, seu contraponto, seria o local da impressão provocada pela ação do discurso*” (IASBECK, 2003, p. 26)

Ese mismo año, a través de corresponsal en Buenos Aires, se lee en la sección Mercado la noticia “*Sem turista argentino, Uruguai mira Brasil*”, en la cual se informan mensajes como el siguiente:

Antecipando a redução de turistas da Argentina, que enfrenta desvalorização cambial e recessão já há dois anos, o Uruguai começou a ampliar suas ações de publicidade no Brasil.

²⁵³ URUGUAI LANÇA campanha para atrair turistas brasileiros. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 19.ago.2012. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/turismo/1139776-uruguai-lanca-campanha-para-atrair-turistas-brasileiros.shtml> Acceso: 23.abr.2021.

²⁵⁴ PUNTA DEL Este cria 'dólar turístico' para promover consumo. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 3.jan.2014. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2014/01/1392949-punta-del-este-cria-dolar-turistico-para-promover-umshtml> Acceso: 24.abr.2021.

Apesar de não serem tão numerosos quanto os viajantes argentinos que vão às praias e aos cassinos do país vizinho -eles correspondem a cerca de 60% dos 2,8 milhões de turistas que viajam ao Uruguai-, os brasileiros gastam mais²⁵⁵.

Luego, el texto relata la priorización de Río Grande del Sur en esa estrategia dada la proximidad con el país vecino, así como se comenta un turismo habitualmente de feriados por parte de brasileños que se consolida con una presencia cada vez más constante. De hecho se agrega que “(...) o *ministro interino do Turismo, Antonio Carábula, emprega o termo «feriadao» em português*”. Las acciones arriban en SP con esta noticia, así como atraviesan fronteras estatales, en un tipo de noticia que está presente también en medios argentinos y gaúchos (ver capítulo 5), en clave de informar condiciones objetivas favorables al viaje de brasileños como atracción de miradas sobre la conveniencia de ser parte o estar cerca de lo que PdE trae consigo, entre ello una receptividad institucionalizada que realiza esfuerzos por mostrarse como imagen de hospitalidad en coyunturas que así lo demandan.

3.6. Roteiros brasileiros que se multiplican en Punta del Este

Tal como capítulos anteriores refieren, *Réveillon* y *Carnaval* surgen como períodos de alto flujo receptivo de turistas brasileños en PdE. Ello suele traer asociada una alta demanda a la vez que oferta hotelero-gastronómica, de eventos dirigidos a este público específico y de otras actividades comerciales, etc. El turismo asiduo argentino, en diversos casos de segundas residencias, suele implicar una disímil permanencia y recurrencia del pasaje por el lugar. A pesar de que se ha acortado su permanencia en el balneario con el paso del tiempo (TROCHÓN, 2017). Mientras la estancia del brasileño usualmente ha sido corta, volviéndose ahora cada vez más habitual su retorno así como una mayor variación en períodos de permanencia (CAMPODÓNICO et al., 2021). Asimismo, las vacaciones de cruceros han establecido a PdE y Montevideo como los puertos uruguayos por excelencia, consagrando una primera visita de brasileños al balneario dada una consolidación de esa modalidad de viaje y su pasaje por el país sureño. También, aparece la posibilidad de largos trayectos en automóvil con la ruta como experiencia de viaje desde el país de origen, así como excepcionales senderos en bicicleta en una misma clave, entre otras alternativas.

²⁵⁵ GUTIERREZ, Felipe. Sem turista argentino, Uruguai mira Brasil. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 16 nov. 2014. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2014/11/1548857-sem-turista-argentino-uruguai-mira-brasil.shtml> Acceso: 4 nov. 2021.

La oferta de un amplio número de variados hoteles abiertos todo el año surge como novedad, aumentan las infraestructuras culturales así como paseos marítimos, urbanos y campestres. Transcurre un proceso de creciente diversificación de la oferta y, a la vez, de desestacionalización (ÁNGELO et al., 2021). Agendas de sol, playa, vida nocturna y sociabilidad integran experiencias de contemplación, ruralidad y rusticidad, capaces de satisfacer exigentes públicos; lo cual refleja tanto un incremento de la competitividad turística, el influjo de tendencias globales, desde el auge de una mayor interactividad y performance con propuestas señalizadoras de la práctica del turismo en los últimos años (URRY & LARSEN, 2011). Éstas, como se verá, transitan desde la cosecha de la vid con manos propias a paseos campestres a caballo²⁵⁶. Se diversifican ofertas a la vez que se invita a un rol cada vez más activo en el turista, en diálogo con lo local frente a una mera estandarización internacionalizada de sus trayectos móviles, una profunda conexión con el territorio pasa a ser anhelada como horizonte, desde apelos a lo único y lo memorable (ATTA, 2018). Por otro lado, el viaje en cruceros permitió un contacto masivo aunque esporádico, que incide en anuncios de paquetes y proyecciones constantes de la posibilidad de, en excursión, estar en el balneario del lujo latinoamericano.

Más allá de lo anterior, como expresión de una ampliación de las vías de acceso a un territorio exclusivo, el *“luxo puntaestenho”* resulta de alta relevancia para un público brasileño elitizado, y/o aspiracional. En tanto el sentido social de transitar por un destino como éste, según Ortiz (2019), remite a un “universo del lujo” que trasciende las fronteras nacionales permitiendo a quienes saben navegar entre las manifestaciones de la suntuosidad esteña. Estar en una cartografía que define una posición entre “nosotros” y “ellos”, en tal dirección Ortiz argumenta que: *“A transnacionalidade lhes dá a dimensão de expansão, mas a exigência de limites, a separação em relação aos outros, os aglutina em uma localidade específica* (ORTIZ, 2019, p. 189).

²⁵⁶ Inusuales en un PdE que supo tener camellos a disposición como relata Yvette Trochón (2017), en tanto trectivo señal de su exotismo internacionalizado, antes que ofrecer cabalgatas como oferta de disfrute y no como mero vehículo en tiempos otros; trazos gauchesco-pampeanos antes ausentes, que adquieren diversos ribetes en la última década como la creación del parque temático Pueblo Gaucho sobre el cual, como dato relevante, tanto FdSP como Zero Hora aquí estudiados no han hecho mención.

En reciente artículo del año 2019, referenciado abajo, se lee: *“A praia de José Ignacio tem o nome associado a atividades ecológicas, principalmente entre seus visitantes estrangeiros, que, em qualquer época do ano, chegam ali para fazer uma cavalgada à beira-mar ou para observar os pássaros. No fim do inverno, é tempo de contemplar as baleias, que se aproximam da costa”*

DE OLIVEIRA, Roberto. Vizinha a Punta del Este, José Ignacio exhibe estilo pé na areia chique. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 6.fev.2019. Disponible:

<https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2019/02/vizinha-a-punta-del-este-jose-ignacio-exibe-estilo-pe-na-areia-chique.shtml> Acceso: 7.ago.2021.

3.6. 1. “Programe -se”: Réveillon, Carnaval y otros feriados

“Confira opções de festas de Réveillon em Punta del Este e as novidades da semana”²⁵⁷, es un titular que puede encontrarse en un diario a 1.850 kilómetros de PdE, donde se informa de “(...) uma seleção de dicas, novidades e eventos do setor toda semana”. A lo cual, además de la oferta de viajes promocionales, se agrega la siguiente referencia a sus fiestas, especialmente una de ellas cuyo nombre transfiere apelos de distinción usuales a la imagen de PdE:

O Uruguai é o terceiro destino que mais atrai brasileiros. No fim do ano, o público é tão grande que algumas festas de Punta del Este possuem pontos de venda em São Paulo, como o Réveillon Unique. Confira alguns eventos que ainda têm ingressos disponíveis.

Luego serán listados valores, localizaciones y dónde comprar ingresos desde SP tanto en lugares físicos como telefónica o virtualmente para: *Réveillon Unique* (en Casa La Yunta, La Barra; ventas en Sagrado Bar de Vila Olímpia o blueticket.com.br); *Fin De Año Brisas* (en Conrad Resort & Casino, ventas en fiesta@conrad.com.uy); *Circus Night* en Mantra Resort de La Barra, ventas al 0800-8923084 o reservations@mantraresort.com); *La fiesta Punta* (en Acqua Beach Playa Brava, con ventas desde lafiestapunta.com o 0/xx/51/9968-1744). Comprar desde SP surge como una opción posible y por ello este párrafo no deja de recalcar las vías de compra, que se tornan viables por una u otra vía para diversas opciones de celebración. El capital económico con el que se cuente, según su holgura puede inclinarse a tal desplazamiento con mayor o menor impedimento, para una fecha de alto valor simbólico capaz de impregnarse del valor diferencial de la experiencia puntaesteña. En tal sentido, ha de considerarse las clásicas indagaciones de la antropología del consumo de Mary Douglas y Baron Isherwood (1996), al argumentar sobre el valor de fechas extraordinarias tales como las asociadas a los feriados veraniegos para la sociedad brasileña, algo que contribuye a una alta inversión en un período corto como definidor de identidades, de lugar/posición en el mundo, de percepciones de sí.

Así como se encuentra puntualmente aquella referencia, se ofrecen paquetes con mención a PdE de manera usual cuando un feriado se acerca, tal como el de *Proclamação da*

²⁵⁷ DALL'ARA, Alexandre. Confira opções de festas de Réveillon em Punta del Este e as novidades da semana. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 19.dez.2013. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2013/12/1387282-confira-opcoes-de-festas-de-reveillon-em-punta-del-este-e-as-novidades-da-semana.shtml> Acceso: 24.abr.2021.

*República*²⁵⁸. En uno de los varios anuncios para esa fecha se indica: “*Punta del Este (Uruguai) começa a se preparar para o verão, sem a muvuca e os preços extorsivos comuns de dezembro a fevereiro*”²⁵⁹. Son brindados argumentos que apelan a una imagen conocida de alto valor para pocos que, en baja temporada se vuelve accesible y no tan lejos del verano. Otros anuncios, aunque escuetos, se encuentran para Pascuas²⁶⁰, Corpus Christi²⁶¹ y diversos otros feriados. Es el período cercano de *Réveillon*, principalmente, el momento en el que las miradas hacia PdE aumentan notoriamente. Más allá, igualmente, la opción hacia el destino surge inserta con naturalidad en repertorios de lugares a visitar por parte de brasileños.

3.6.2. Epicentros hoteleros

La apertura todo el año de un *All Inclusive* como Conrad, invita a viajar fuera de temporada y más aún durante la misma con sus eventos. Asimismo, muchos de ellos suceden en la baja temporada y se acompañan de propuestas diversas, que posibilitan componer paquetes hoteleros. La prensa esto lo muestra, reforzando una imagen de allí se va para ser bien atendido, a pesar de lo desafiante del paisaje y ambiente solitario de los inviernos. Algo que surge en el repertorio de imágenes, aunque la diversificación de propuestas e itinerarios en la última década restan a ello las dimensiones de otrora.

*Punta del Este é o destino mais internacional do Uruguai
No inverno, o melhor é passear apenas pela península. As praias da Barra e de José
Ignácio, badaladas no verão, ficam praticamente desertas, exibindo lojas e
restaurantes cujas portas ficam fechadas.
Faça frio ou calor, um local que permanece aberto 24 horas por dia durante o ano
todo é o cassino Conrad. Além de jogos como roletas e caça-níqueis, o complexo tem
um hotel, restaurante, salas de cinema e uma casa de shows*²⁶².

²⁵⁸ VEJA SUGESTÕES para o 7 de Setembro. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 13.ago.2009. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/fx1308200907.htm> Acceso: 24.abr.2021.

²⁵⁹ SIMON, Gustavo. SETA, Isabel. MAIA, Felipe. Veja sugestões de viagens para cada feriado de 2016. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 7.jan.2016. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2016/01/1726479-veja-sugestoes-de-viagens-para-cada-feriado-de-2016.shtml> Acceso: 24.abr.2021.

²⁶⁰ VEJA 18 rotas internacionais para a Páscoa. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 6.mar.2008. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/fx0603200814.htm> Acceso: 4.mai.2021

²⁶¹ VEJA 18 rotas internacionais para a Páscoa. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 6.mar.2008. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/fx0603200814.htm> Acceso: 4.mai.2021

²⁶² CORRÊA DA SILVA, Vanessa. Punta del Este é o destino mais internacional do Uruguai. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 13.out.2011. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2011/10/989685-punta-del-este-e-o-destino-mais-internacional-do-uruguaiai.shtml> Acceso: 4.fev.2021.

RESORT MONTA PROGRAMA BRASILEIRO

*O Conrad, em Punta del Este, no Uruguai, oferece pacote para brasileiros durante o campeonato. O programa inclui café, aéreo, traslados e acesso ao spa. Nos jogos, serão servidos cerveja, água, refrigerante, pizza e empanadas, também incluídos no pacote. Para o primeiro jogo, o pacote vai de 11 a 15/6 e custa US\$ 539, por pessoa em quarto duplo. Para o segundo e o terceiro jogo, vai de 18 a 22/6 e custa R\$ 579. Reservas: 00/xx/ 598/42/49-1111; www.conrad.com.uy.*²⁶³

Los paquetes y los hoteles, junto a las agencias de viajes, cuando no los vuelos charters de las propias cadenas hoteleras resultan en factor decisivo para la decisión de estar en PdE. Tal como en el siguiente ejemplo se ilustra en referencia a un listado de paquetes variados, fruto de un acuerdo comercial que hubo entre Conrad y Gol que usualmente se ve asociado a torneos de juego, eventos y otras amenities. Las condiciones para mirar e imaginar PdE desde públicos específicos, son puestas en evidencia aquí desde una alusión menor y en mayor grado elocuente:

COM AÉREO

PUNTA DEL ESTE (URUGUAI)

*Custa US\$ 1.177 o pacote de sete noites no hotel Ajax, com café da manhã, seguro e traslados. Na Nascimento: 0/xx/11/3156-9944; www.nascimento.com.br.*²⁶⁴

Gol e o Hotel Conrad de Punta del Este fecham acordo de US\$ 4 milhões. A Gol e o Hotel Conrad de Punta del Este (Uruguai) assinaram um acordo de vôos charter entre as cidades brasileiras e o principal balneário uruguiaio durante 2008, por um total de US\$ 4 milhões, informou o gerente comercial da companhia aérea brasileira, Eduardo Bernardes.

Os clientes brasileiros do Hotel Conrad poderão contar com vôos diretos de São Paulo e do Rio de Janeiro, segundo o comunicado das duas empresas.

*O sistema, de dois vôos semanais e com 142 lugares cada um em aviões Boeing 737-700, começou a operar em fevereiro e continuará até janeiro de 2009, e as passagens estão sendo vendidas pelo Conrad*²⁶⁵.

En misma línea, la nota de 2018 “*Famosa pelas praias, Punta del Este também tem opções de turismo de inverno*”²⁶⁶, recomienda Casa Pueblo, la Fundación Atchugarry, el Museo Ralli, vinícolas varias, paseos a caballo y en bicicleta mientras se ofrecen paquetes promocionales de la tradicional agencia CVC, el portal de viajes *Decolar.com* o el Hotel Fasano. Este último adquiere protagonismo en el artículo como lugar de estadía, como oferente de paseos rurales, fotografiado en galería visual desde la cual se recomienda hospedarse en sus instalaciones.

²⁶³ RESORT MONTA programa brasileiro. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 1.jun.2006. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/fx0106200630.htm> 4.mai.2021.

²⁶⁴ VEJA ONDE virar o ano dentro e fora do país. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 14.dez.2006. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/fx1412200612.htm> Acceso: 4.mai.2021.

²⁶⁵ GOL E O HOTEL Conrad de Punta del Este fecham acordo de US\$ 4 milhões. France Press. 06. mar. 2008. Disponible en: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u379185.shtml>. Acceso: 15.abr.2021.

²⁶⁶ CARVALHO, Carlos. Famosa pelas praias, Punta del Este também tem opções de turismo de inverno. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 17.jun.2018. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/saopaulo/2018/06/1971997-famosa-pelas-praias-punta-del-este-tambem-tem-opcoes-de-turismo-de-inverno.shtml>. Acceso: 15.abr.2021.

Las mismas catalizadoras de un PdE que trae distinción campera a la sofisticación costera del litoral atlántico uruguayo.

The screenshot shows a newspaper article layout. On the left is a vertical sidebar with social media icons for Facebook, Twitter, LinkedIn, and Email. The main article title is "Famosa pelas praias, Punta del Este também tem opções de turismo de inverno". Below the title is the author's name "CARLOS CARVALHO" and the date "17/06/2018". The main image is a landscape with a body of water reflecting a red apple floating in it. Below the image is the text "Fundação Atchugarry". To the right of the article is a Google AdSense advertisement with a blue button that says "Dejar de ver anuncio" and a link "¿Por qué este anuncio?". Below the ad is a section titled "leia também" with three sub-articles: "Julho vê aumento nas vendas de viagens para destinos de inverno e verão que cabem no bolso", "Cachoeiras e muito verde compõem Chapada das Meças, no Maranhão", and "Confira dicas para não fazer feio na hora de esquiar". At the bottom of this section is another sub-article: "São Luiz do Paraitinga preserva a vida caipira em igrejas e na gastronomia".

Figura 23 - Folha de São Paulo, 17/06/2018.

The screenshot shows a newspaper article layout. On the left is a vertical sidebar with social media icons for Facebook, Twitter, LinkedIn, and Email. The main article title is "5. De cavalo". Below the title is the text "Aos adeptos das cavalgadas, o hotel Fasano proporciona um passeio de uma hora até Punta Lobos, onde são cultivadas oliveiras e se produz o famoso azeite da região. No local, há degustação do produto e os visitantes podem aproveitar o resto do dia para realizar um tradicional piquenique no campo". Below this is the section "6. De bike" with the text "Já para os hóspedes que são fãs das pedaladas, uma dica é realizar um passeio de 12 km até La Barra, que pode ser adaptado de acordo com o interesse dos clientes. Durante o trajeto, os visitantes passam por uma loja de bebidas local e concluem o passeio com uma visita à Fundação Atchugarry". Below the text is a photograph of a modern building at night, illuminated from within. The photo has navigation arrows on the left and right. Below the photo is the caption "Hotel Fasano, em Punta del Este" and "Por: Tyler Gourley/Divulgação 2018-06-15 16:23:16".

Figura 24 - Folha de São Paulo, 17/06/2018.

El artículo antes citado compone un ejemplo de sugerencias detalladas de paseos que aglutina aquel emprendimiento del Grupo JHSF. A la vez que se encuentran múltiples otras menciones al mismo aunque usualmente menos exhaustivas, especialmente en recurrentes listados de viajes promocionales de la sección *Turismo*. En imágenes se ilustra aquella guía de itinerarios tal como se visualiza en FdSP online, siendo entonces la vía de mayor lectura del periódico. Una cuidada selección de imágenes elocuentes de la sobria elegancia puntaesteña, acompañan aquel menú de paseos en un cuidado complemento entre texto y fotografías. El recorrido a vinícolas y haciendas como un producto turístico del giro posterior a 2008, contribuye ostensiblemente a una desestacionalización que trascienda el énfasis estival. Así como la diversificación de infraestructuras culturales que alcanza en 2022 a la creación del Museo de Arte Atchugarry (MACA), en el espacio de la fundación homónima, en tanto propuesta inserta en circuitos internacionales a escala sin precedentes para el Uruguay. Tales transformaciones retroalimentan a la vez que se nutran de las imágenes de PdE preexistentes.

3.6.3. Cruceros

Brasil se inserta en Mercado de cruceros en 200, en seguida Punta del Este formará parte y será pieza de las rutas por el Atlántico Sur:

MAR À VISTA

O gigantesco Splendour of the Seas chega ao país de olho no incipiente mercado nacional. Brasil entra na rota dos meganavios (...)

O Splendour navega até abril pela costa brasileira, percorrendo 17 roteiros que incluem cidades como Salvador, Recife, Fortaleza, Búzios, Ilhabela e Florianópolis. Alguns roteiros passam também por Punta del Este, no Uruguai, e Buenos Aires, capital argentina (veja datas e preços dos roteiros na pág. G3)²⁶⁷.

Afianzadas las rutas que serán objeto de publicidades cotidianas en FdSP con agendas completas de destinos de cruceros, en 2010 se informa sobre ir a PdE o Montevideo entrando en detalles desde noticia breve dedicada a ello. Se describe a la capital como ciudad “*passadista*”, se introduce al Mercado del Puerto como restaurante en vieja estación y se recomienda Ciudad Vieja donde “*a caminhada de umas tantas quadras revela lojinhas, antiquários e museus de arte*”. En aquella noticia, Punta del Este aclarando que los cruceros que van a Mdeo no suelen hacerlo al balneario y viceversa. “*Quem escolhe navegar até o*

²⁶⁷ NASCIMENTO, Sebastião. Mar á vista. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 8. jan. 2010 Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/fx0801200101.htm>. Acceso: 23 feb. 2021.

balneário banhado pelo rio da Prata e pelo Atlântico, pode fazer boas compras na avenida Gorlero ou uma excursão até a ilha dos Lobos”²⁶⁸.



turismo

Maiores | Menores | Enviar por e-mail | Comunicar erros | Link:

20/08/2011 - 11h40

Cruzeiros incluem cidades do sul do Brasil em roteiro pela América do Sul

DE SÃO PAULO

A empresa MSC Cruzeiros incluiu as cidades catarinenses de São Francisco do Sul, Joinville e Blumenau em dois de seus cruzeiros durante a temporada de verão.

Com saídas a partir de dezembro, o navio MSC Armonia terá roteiros de oito e nove noites, sempre a partir do porto de Santos. Já o navio MSC Musica terá saídas nos dias 4/2 e 9/3 do próximo ano, com embarque no Rio de Janeiro.

Além das cidades de Santa Catarina, os cruzeiros passarão por Buenos Aires, Montevideu e Punta del Este.

Galeria Experiência/Folhapress



Casapueblo, um dos pontos turísticos de Punta del Este

Figura 25 - Folha de São Paulo, 20/08/2011.

Proliferan noticias, especialmente en sección turismo, tales como esta: “Temporada brasileira de cruzeiros começa com capacidade maior”²⁶⁹. En ese texto, PdE aparece como un punto de parada, entre diversos otros, de un sinfín de opciones, la mayoría de ellas atravesando la costa brasileña:

Escalas comuns são Santos, Ilhabela (SP), Angra dos Reis, Rio, Búzios (RJ), Ilhéus, Salvador (BA), Maceió (AL), Recife (PE), Porto Belo (SC), Montevideu, Punta del Este (Uruguai) e Buenos Aires (Argentina). Segundo Ferraz, paradas em Florianópolis (SC), Itaparica (BA) e Guarapari (ES) estão em estudo.

A continuación se exhiben imágenes de recurrentes menciones a Punta del Este en publicidades o noticias que retratan la generalidad de *roteiros*, o mejor dicho itinerarios, que llevan al balneario uruguayo como un puerto entre múltiples otros, si dejar ello de redundar en un posicionamiento del destino dadas selecciones sobre ciudades costeras de relevancia por parte de las empresas de cruceros. Un conteo inicial del período 2015 a 2020 revelaba

²⁶⁸ MONTEVIDÉU E Punta Del Este. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 14.out.2010. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/fx1410201016.htm> Acceso: 20/07/2020.

²⁶⁹ LUIZA TIEGHI, Ana. Temporada brasileira de cruzeiros começa com capacidade maior. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2017/10/1926276-temporada-brasileira-de-cruzeiros-comeca-com-capacidade-maior.shtml> Acceso:

más de 450 menciones a PdE considerando referencias en listados de anuncios contratados, especialmente de la compañía de viajes CVC, donde aparecía junto a múltiples otros destinos. Abajo se ilustra.

F8 turismo ★ ★ ★ **QUINTA FEIRA, 24 DE OUTUBRO DE 2013** **FOLHA DE SÃO PAULO**



Grand Celebration
792 cabines
1.646 passageiros
679 tripulantes
174 metros
27,4 mil m²
25 n



Louis Aura
141 cabines
600 passageiros
319 tripulantes
9 decks
7 piscinas
1 cinema
4 bares
15,2 mil m²
18 n
22 n



MSC Magifica
1.776 cabines
3.223 passageiros
1.900 tripulantes
16 decks
95,1 mil m²
31,9 n
32 n

Cruzeiros ainda têm vagas para o Natal e o Réveillon

Confira 38 pacotes para até depois do Carnaval, com preços a partir de R\$ 1.084

PACOTES PARA O LITORAL BRASILEIRO

ANTES DO VEIJO (per pessoa, em cabine interna dupla)

RS 1.399
Cruzeiro de cinco noites, saída de Santos no dia 18 de fevereiro, no navio L'Amoroso do cruzeiro. Noite de jantar no restaurante à la carte. Incluir traslado de Santos para o cruzeiro e de volta. Na CVC: (0xx11) 3303-9353; cvc.com.br

RS 2.453
Quatro noites, saindo de Santos no dia 18 de fevereiro, passando pelo arquipélago do Fernando de Noronha e por Galápagos. Última no dia 23 de fevereiro. Noite de jantar no restaurante à la carte. Incluir traslado de Santos para o cruzeiro e de volta. Na CVC: (0xx11) 3303-9353; cvc.com.br

PARA O NATAL (per pessoa, em cabine interna dupla)

RS 1.800
Pacote de sete noites no navio Costa Smeralda, com saída de Santos no dia 21 de dezembro. O itinerário inclui, em Santos, Salvador e Ilhéus. Incluir traslado de Santos para o cruzeiro e de volta. Na CVC: (0xx11) 3303-9353; cvc.com.br

RS 2.134
Três dias de cruzeiro, com saída de Santos no dia 21 de dezembro. O itinerário inclui, em Santos, Salvador e Ilhéus. Incluir traslado de Santos para o cruzeiro e de volta. Na CVC: (0xx11) 3303-9353; cvc.com.br

PARA O RÉVEILLON (per pessoa, em cabine interna dupla)

RS 2.308
Saída de Santos no dia 25 de dezembro. O cruzeiro de sete noites no navio Costa Smeralda. Noite de jantar no restaurante à la carte. Incluir traslado de Santos para o cruzeiro e de volta. Na CVC: (0xx11) 3303-9353; cvc.com.br

RS 4.627
Cruzeiro de sete noites no navio Sovereign, com saída no dia 28 de dezembro de Santos, com noite de jantar no restaurante à la carte. Incluir traslado de Santos para o cruzeiro e de volta. Na CVC: (0xx11) 3303-9353; cvc.com.br

RS 3.029
Três noites e dois dias de cruzeiro, com saída de Santos no dia 29 de dezembro. Incluir traslado de Santos para o cruzeiro e de volta. Na CVC: (0xx11) 3303-9353; cvc.com.br

Uso 800
Cruzeiro "Dias para a bordo" sul de Santos em 10 de fevereiro. Incluir traslado de Santos para o cruzeiro e de volta. Na CVC: (0xx11) 3303-9353; cvc.com.br

Uso 800
Cruzeiro "Dias para a bordo", com programação de viagens, incluindo o itinerário de Santos no dia 10 de fevereiro. São sete noites no navio L'Amoroso do cruzeiro. Incluir traslado de Santos para o cruzeiro e de volta. Na CVC: (0xx11) 3303-9353; cvc.com.br

Uso 800
Cruzeiro "Dias para a bordo", com programação de viagens, incluindo o itinerário de Santos no dia 10 de fevereiro. São sete noites no navio L'Amoroso do cruzeiro. Incluir traslado de Santos para o cruzeiro e de volta. Na CVC: (0xx11) 3303-9353; cvc.com.br

RS 3.230
Pacote de sete noites, com saída de Santos no dia 18 de fevereiro, e cinco noites de cruzeiro, com saída de Santos no dia 21 de dezembro. Incluir traslado de Santos para o cruzeiro e de volta. Na CVC: (0xx11) 3303-9353; cvc.com.br

RS 3.500
Santos de Santos em 18 de fevereiro, o cruzeiro "Férias" com sete noites no Costa Smeralda. Incluir traslado de Santos para o cruzeiro e de volta. Na CVC: (0xx11) 3303-9353; cvc.com.br

RS 4.116
Saída de Santos no dia 25 de dezembro. O cruzeiro de sete noites no navio Costa Smeralda. Noite de jantar no restaurante à la carte. Incluir traslado de Santos para o cruzeiro e de volta. Na CVC: (0xx11) 3303-9353; cvc.com.br

PARA O CARIBIBE (per pessoa, em cabine interna dupla)

RS 3.999
Cruzeiro de sete noites, com saída de Santos no dia 18 de fevereiro, para o cruzeiro "Férias" com sete noites no Costa Smeralda. Incluir traslado de Santos para o cruzeiro e de volta. Na CVC: (0xx11) 3303-9353; cvc.com.br

RS 1.149
Cruzeiro de sete noites no navio Costa Smeralda, com saída de Santos no dia 18 de fevereiro. Incluir traslado de Santos para o cruzeiro e de volta. Na CVC: (0xx11) 3303-9353; cvc.com.br

RS 1.138
Cruzeiro de sete noites no navio Costa Smeralda, com saída de Santos no dia 18 de fevereiro. Incluir traslado de Santos para o cruzeiro e de volta. Na CVC: (0xx11) 3303-9353; cvc.com.br

CRUZEIROS MARÍTIMOS CVC TEMPORADA 2013/2014

Somente na CVC você navega nas mais tradicionais companhias marítimas, pagando em 10X sem juros e com preços fixos em reais

Companhia	Itinerário	Preço
Pullmantar com TUDO Incluído	Costa Smeralda	R\$ 85,00
Costa Smeralda	Costa Smeralda	R\$ 195,00
MSC Cruzeiros	MSC Magifica	R\$ 156,00
MSC Cruzeiros	MSC Preziosa	R\$ 205,00
Princess Cruises	Princess Princess	R\$ 239,00
Louis Aura	Mini-cruzeiro para Ilhéus e Salvador	R\$ 280,00
Grand Amazon	Mini-cruzeiro para Amazônia	R\$ 204,00
Costa Cruzeiros	Costa Smeralda	R\$ 99,00
Costa Cruzeiros	Costa Concordia	R\$ 251,00
Royal Caribbean	Royal Caribbean	R\$ 108,00

CVC
TUDO POR UMA ÚNICA VIAGEM

VIAJE PELO MUNDO COM A CVC

FÉRIAS, NATAL E RÉVEILLON
Com até 12 parcelas em R\$ 1,20

Se você quiser viajar pelo mundo, com a CVC você pode viajar pelo mundo pagando em até 12 parcelas em R\$ 1,20. Incluir traslado de Santos para o cruzeiro e de volta. Na CVC: (0xx11) 3303-9353; cvc.com.br

Figura 26 - Folha de São Paulo [sección Turismo, edición *Pelos mares* y Revista Sao Paulo], 26/10/2016.



Figura 27 - Folha de São Paulo [Revista Sao Paulo, artículo A festa do Sol], 20/11/2016.

Por último, a modo de acotación, cabe señalar que en febrero de 2009 por desperfectos el crucero Costa Romántica quedó anclado varios días próximo a PdE²⁷⁰, debiendo desembarcar sus pasajeros resultando ello en noticia de relativo impacto en FdSP, con varios artículos. En tal sentido, de la mano de lo antes formulado, debe reconocerse que el formar parte de un circuito como éste no sólo permite que por una jornada se visite el balneario, interactuando en él para luego volver o darlo a conocer, sino que implica una proyección por goteo, cotidiana. Es decir, “(...) *la promoción turística de la actividad vendrá definida no sólo por la promoción de la propia compañía de navegación, sino por la de los destinos que componen el itinerario y sus imaginarios*” (AMARO, 2018, p. 59). Tanto en FdSP como en otros periódicos y revistas, así como portales electrónicos brasileños, PdE aparece como un punto digno de atención y visita por colosos del mar. Un sigiloso pero efectivo, podría decirse, entrenamiento de miradas turísticas (URRY, 2004).

²⁷⁰ CRUZEIRO COM 338 brasileiros fica ancorado em Punta del Este. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 26 feb. 2019. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2009/02/509630-cruzeiro-com-338-brasileiros-fica-ancorado-em-punta-del-este.shtml> Acceso: 22/12/21.

3.6.4. Alternativas

Formas alternativas del viaje asociado del paquete turístico estandarizado para fines de semana largos en el este uruguayo, pueden también encontrarse. FdSP propone ocasionalmente posibilidades de recorridos en auto o bicicleta con una libertad más allá de la van del tour fretado, con otra apropiación del balneario. A continuación, fragmentos de artículos que divulgan tanto una ruta desde de Bs As a SP, como otra alrededor de PdE

“De Colônia de Sacramento até a serra Gaúcha, passando por Montevideu e Punta del Este, a paisagem ganha a brisa do litoral, com o mar sempre à vista, até Chui, a cidade mais austral do Brasil, que é metade uruguaia, metade brasileira. Voltar de Buenos Aires por Uruguay passando Pde, no usual notas así. en 2006, no usual”²⁷¹.

“Um carro pode combinar com o lugar em que se está. O Giulietta, da centenária Alfa Romeo, exemplifica essa união: moderno, porém tradicional —sua primeira versão é dos anos 1950. Familiar, mas com jeitão esportivo. Confortável, cobra seu preço por isso. E é um veículo para ser visto. Eis um modelo para Punta del Este.”²⁷²

Las recomendaciones sobre paseos en automóvil proponen una estadía en contacto con el territorio, en paralelo la segunda cita abona una imagen de ostentación en el “ver y ser visto” de la sociabilidad de playas (DE AZEVEDO, 2016), en sintonía con el elitizado PdE. En la nota “Confira dicas de viagem e agenda de eventos na seção 'Sobrevoo’”²⁷³, se listan diferentes paseos, entre ellos “Punta de Bike”, en donde se lee: “Balneário de luxo, Punta del Este, no Uruguai, conta com passeios sob medida para quem não gosta de ficar parado nas férias”. A partir de lo cual se propone una opción de “Bike Expedition” como una experiencia en línea con una mirada del turismo interactiva, sustentable y en contacto con la localidad. Lo que, inclusive, contribuye a una experiencia relacional de “mirada mutua” en el área a visitar (URRY & LARSEN, 2011). Tales referencias, entre otras, invitan a itinerarios turísticos que traen intersecciones otras a las más convencionales, en refuerzo a una imagen

²⁷¹ VOLTA RESERVA vista de cânions e do litoral. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 5.out.2006. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/fx0510200606.htm> Acceso: 4.mai.2021.

²⁷² PEREIRA, Elvis. Passeio de carro leva a praias, restaurantes e cartões-postais de Punta del Este. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 19.nov.2017. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/saopaulo/2017/11/1936310-passeio-de-carro-leva-a-praias-restaurantes-e-cartoes-postais-de-punta-del-este.shtml> Acceso: 6.fev.2021.

²⁷³ DALL'ARA, Alexandre. Confira dicas de viagem e agenda de eventos na seção 'Sobrevoo'. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 26.set.2013. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2013/09/1347123-confira-dicas-de-viagem-e-agenda-de-eventos-na-secao-sobrevoo.shtml> Acceso: 4.mai.2021.

de lujo ostensivo sobre un destino polifacético que puede ser usufructuado de diversificadas formas por parte del público brasileño.

—

En síntesis, a través de este apartado 3.6. se acompañan intentos de superación de una oferta meramente estival, sino de estancias de corta duración para un turista que viaja en *feriadões* a lo largo del año. “*Apesar do aspecto quase fantasmagórico no inverno, cidade oferece lazer com lojas de grife e danceterias*”²⁷⁴, se leía en titulares de artículo del año 2000 que refleja limitaciones del balneario en aquel tiempo y, en otros artículos aquí citados, evidencia ampliación de agendas, itinerarios y equipamientos que retroalimentan formas de viaje.

3.7. Influenciadores

Al construir y argumentar imágenes de PdE, las figuras de autoridad así como los íconos embajadores se vuelven claves, tanto entre aquellos visitantes de paso que transubstancian su status al lugar que visitan, a aquellos asiduos o residentes que dan fé de la imagen del destino. Estos “prescriptores” son “(...) alguien que, de forma individual, por su personalidad o su pertenencia a una entidad, genera corrientes de influencia por sus opiniones, valoraciones y decisiones (...)” (CASTELLÓ & DEL PINO, 2015, p 28).

En 2006, se lee en *Turismo* de FdSP un ejemplo menor al respecto, a la vez que se encuentran otros de reiterada prescripción. Aquél, es el siguiente:

*Um dos casos relatados pelo diário é o de Wagner Ribeiro, empresário dos jogadores Robinho e Kaká. Ele disse ao La Nación que passa o reveillon em Punta del Este há seis anos, porque “há muitas pessoas bonitas, não faz tanto calor como no Brasil e, o mais importante, há segurança” para seus filhos*²⁷⁵.

Múltiples artículos hilvanan imágenes del destino a través de referencias a ricos y poderosos allí de pasaje, que retroalimentan aquellos repertorios. En el apartado 2.1.2 se profundiza sobre diferentes ejemplos de estas características..

²⁷⁴ Frederico, CAROLINA. Punta invade mar com glamour dos anos 30. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 4.set.2000. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/fx0409200013.htm> Acceso: 2.abr.2021.

²⁷⁵ BRASILEIROS ENDINHEIRADOS invadem Punta del Este, diz 'La Nación'. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 4.jan.2006. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/bbc/ult272u49599.shtml> Acceso: 21.abr.2021.

Ejemplos como el presidente del cuadro de fútbol *Grêmio*, Duda Kroeff, con menciones a sus vacaciones en Punta del Este²⁷⁶. Guga y Del Potro, juegan tenis en PdE²⁷⁷, el gran boxeador Popó da su lucha de despedida en Conrad transmitida en vivo por SPORT TV según informan varias materias de 2012²⁷⁸, Diego Lugano el jugador uruguayo héroe del Club São Paulo “(...) *aproveitou um dos seus momentos de folga para cantar num karaokê de Punta del Este, no Uruguai*”, en 2014²⁷⁹. Sin mencionar que Diego Forlán es otro habitué de PdE, al que se lo encuentra periódicamente allí²⁸⁰.

Por otro lado, se encuentran ejemplos arraigados al territorio capaces de representar otras lecturas. Un caso emblemático es el de Mario Cohen, ex publicitario y gerente de Globo asociado a la promoción cultural, quien desde 2005 se volvió “*produtor rural no Uruguai*”²⁸¹ con una “(...) *plantação de oliveiras em Lobos, sua fazenda em Punta del Este*”. Tras abandonar su escritorio “(...) *hoje se divide entre o Rio de Janeiro e o balneário uruguaio*”. Lo más distintivo es su representatividad de la cara campestre del balneario, más uruguayana en sus trazos y más sofisticada según se da a entrever. “*Em Punta, deu as costas à badalação dos cassinos e das praias que fazem a fama do lugar. Há 30 anos, construiu uma casa de veraneio no campo, a sete quilômetros do mar*”. Visionario en apariencia, de un PdE que se gestaba entonces a través de renovados matices.

Ese mismo entorno puntaesteño es en el que se encuentra hoy el Fasano Las Piedras Hotel, apelando a un consumidor que se asemeja más a Mario Cohen que a Amaury Jr. El segundo brasileño, sobre el que se ha hablado antes, resulta también en figura visible del destino pero

²⁷⁶ ARGENTINO MAXI LÓPEZ é a nova opção para o Grêmio. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 31.dez.2008. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2008/12/484906-argentino-maxi-lopez-e-a-nova-opcao-para-o-gremio.shtml> Acceso: 4.mai.2021.

²⁷⁷ GUGA VENCE pela 1ª vez na frente da filha e espera por Djokovic. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 21.out.2012. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2012/10/1172768-guga-vence-pela-1-vez-na-frente-da-filha-e-espera-por-djokovic.shtml> Acceso: 4.mai.2021.

²⁷⁸ MASSA, Fábio. Popó faz luta de despedida hoje. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 2.jun.2012. Disponible: <https://agora.folha.uol.com.br/vencer/ult10110u1099383.shtml> Acceso: 4.mai.2021.

²⁷⁹ SEM CLUBE desde 2014, zagueiro Lugano canta em karaokê. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 24.fev.2015. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2015/02/1594079-sem-clube-desde-2014-zagueiro-lugano-canta-em-karaoke.shtml> Acceso: 4.mai.2021.

²⁸⁰ FORLÁN É eleito melhor atleta uruguaio; Loco Abreu também é premiado. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 24.jul.2010. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/esporte/772236-forlan-e-eleito-melhor-atleta-uruguaio-loco-abreu-tambem-e-premiado.shtml> Acceso: 4.mai.2021.

²⁸¹ TRINDAD, ELIANE. Publicitário Mario Cohen é pioneiro entre executivos que viraram agricultores. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 28.jul.2012. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/serafina/2012/08/1127785-publicitario-mario-cohen-e-pioneiro-entre-executivos-que-viraram-agricultores.shtml> Acceso: 20.set.2020.

a diferencia del primero, se muestra desde una dispendiosa y/o espectacularizada *Punta de juegos*, ostentación, personalidades y grandes eventos. Uno surge como embajador interno, residente en la campiña por elección e integrante de la sociedad puntaesteña, el otro como embajador externo contratado para vehicular a PdE. El primero, es citado por FdSP ocasionalmente, ocupando un lugar de prescriptor espontáneo del ambiente circundante al emprendimiento Fasano, certero para públicos de alta exigencia. El segundo, contratado por Conrad/Enjoy, prescribe ante un público potencialmente de mayor escala, aspiracional, implicando ello menor credibilidad aunque eficaz en su masividad. Esto último, como interpretaciones posibles siguiendo a Del Pino et al. (2013).

Otra personalidad que se torna icónica fuera de fronteras es el artista también radicado Carlos Páez Vilaró, desde un llamativo eco. En 1997 se lee la noticia “*Brasileiros são homenageados*”²⁸², donde se presenta a Casapueblo como “(...) *um dos lugares mais bonitos de Punta del Este*”, fruto del trabajo de un artista a lo largo de su vida y “(...) *centro de artistas e intelectuais que visitam o balneário*”. Su construcción de sí se importa con el lugar de origen de los lectores de FdSP al ser entrevistado o mencionado, desde alusiones a Brasil en los nombres de salas de Casapueblo, a su pasaje por SP u homenajes allí recibidos. Se agrega, a su vez:

Carlos Páez Vilaró passou grande parte da carreira no Brasil. Aqui conquistou o Prêmio Internacional de Pesquisa na 8ª Bienal de São Paulo. Há murais de bronze dele no hotel Hilton, na companhia de aço Torsima e no edifício Scarpa. Ele também pintou recentemente no hotel Delphin, no Guarujá, e em outros locais públicos.

En setiembre del 2000, se lee:

*Vilaró recebe pessoalmente os que visitam sua grande escultura e cita amigos queridos e artistas que influenciaram sua obra, como Oscar Niemeyer, Ademir Martins e Di Cavalcanti*²⁸³.

Entre ser anfitrión ligado a PdE, a mostrar como PdE es lugar anfitrión de brasileños emblemáticos del arte y la cultura, antecedente evocado reiteradamente. Continúa luego el artículo con una profusa referencia a personalidades del país norteño en su casa atelier “(...) *como marca de sua estreita e afetuosa relação com o Brasil*”. Dan nombre a varios espacios: Jorge Amado, Roberto Carlos, Vinícius de Moraes y Pelé.

²⁸² BRASILEIROS SÃO homenageados. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 4. ago. 1997. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/fx040832.htm> Acceso: 20/12/21.

²⁸³ FREDERICO, Carolina. Castelo de Vilaró é uma escultura de viver. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 4.set.2000. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/fx0409200012.htm> Acceso: 15.abr.2021.

En 2004, el artista recibe el diploma de mérito cultural otorgada por la Secretaría de Estado del Gobierno de São Paulo y por la Academia Latino Americana de Arte²⁸⁴, informa FdSP. Ese mismo año, meses después, se publica otra nota a su respecto: “*Aventura intercala vida de artista uruguaio*”²⁸⁵ en la sección *Turismo*. Una redacción extensa y minuciosa que refiere a su vinculación con Brasil a través de la creación de su Casapueblo y de su experiencia artística, desde un esfuerzo retórico que aborda también sus cosmopolitas recorridos por el mundo. Incorpora la narrativa su pasaje por Brasil, trayecto en los que desarrolla su formación artística:

Dentro de sua casa, que lembra uma caverna ou um "labirinto grego", como dizia o brasileiro Vinicius de Moraes, encontram-se obras e peças africanas e polinésias, denotando o apreço do artista pelos muitos lugares no mundo onde fez suas andanças.

(...)

Homem de múltiplos instrumentos, Vilaró faz, nas artes plásticas, uma ponte entre o ancestral e o ultracontemporâneo.

Sua obra mais simbólica, a Casapueblo, em Punta Ballena, foi edificada a partir de 1958 e hoje é um misto de hotel e museu.

Por motivos políticos, deixou o Uruguai, então governado por militares, e viveu no Guarujá (SP), pintando painéis expostos no Delphin Hotel.

La construcción de sí de Paez Vilaró hacia la prensa brasileña, según trasluce el caso de FdSP, trae ejercicios de asociación a partir de enfatizar aspectos comunes a nacionales y extranjeros del vecino país, una herramienta prescriptiva eficaz (DEL PINO et al, 2014). En 2011, la sección *Turismo* informa que “*Uruguai é logo ali*”, a la vez que se invita a viajar al país del sur dado su 200° Aniversario de la Independencia. Un cierto aire “*passadista*” citado en la nota, convoca a visitar Montevideo, Colonia y Punta del Este; de este último destino, se lee esta breve referencia:

FIGURA ILUSTRE

Homem de múltiplos instrumentos, Vilaró faz, nas artes plásticas, uma ponte entre o ancestral e o ultracontemporâneo.

Sua obra mais simbólica, a Casapueblo, em Punta Ballena, foi edificada a partir de 1958 e hoje é um misto de hotel e museu.

*Por motivos políticos, deixou o Uruguai, então governado por militares, e viveu no Guarujá (SP), pintando painéis expostos no Delphin Hotel.*²⁸⁶

²⁸⁴ MAGALHÃES, Margarete. Aventura intercala vida de artista uruguaio. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 25.nov.2004. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/turismo/noticias/ult338u4831.shtml> Acceso: 4.mai.2021.

²⁸⁵ MAGALHÃES, Margarete. Aventura intercala vida de artista uruguaio. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 25.nov.2004. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/turismo/noticias/ult338u4831.shtml> Acceso: 4.mai.2021.

²⁸⁶ MAGALHÃES, Margarete. Aventura intercala vida de artista uruguaio. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 25.nov.2004. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/fx2511200420.htm> Acceso: 4.mai.2021.

La morada *atelier* Casapueblo es un atractivo estelar de PdE, pero lo es junto a su artista y por él. A través de tal horizonte, en 2011 también se lee “*Perto de Punta del Este, Casapueblo destaca arte uruguaia*”²⁸⁷. La publicación destaca aspectos como los antes mencionados y otros que también resultan de mención esporádica, como por ejemplo la historia de vida de su hijo cuyos desafíos de superación imbuyen al itinerario vital de su padre:

Em uma das salas, é possível assistir a um documentário no qual Vilaró explica que quis, com a construção da Casapueblo, fazer uma arte que fugisse do elitismo e fosse acessível ao povo e uma homenagem ao sol do Uguai, que diz estar "tatuado em sua alma". O vídeo fala ainda sobre a vida de Vilaró, que foi amigo de Pablo Picasso e resgatou seu filho, um dos sobreviventes do acidente aéreo ocorrido na cordilheira dos Andes em 1972.

Por último, cabe destacar que FdSP cubre inclusive el fallecimiento de este artista insignia de Punta del Este, tal vez su principal embajador a través de los capitales sociales, culturales y económicos que puso en juego, siguiendo a Bourdieu (2002), en un trabajo simbólico que contribuye a las representaciones del balneario a la vez que colabora a su imagen personal, de la mano de lo antes retratado. Especialmente, para un período anterior al de figuras como Mario Cohen y apenas próximo al desembarco de Amaury Jr como mediador del destino.

*Morreu ontem, aos 90, o pintor, escultor, escritor e compositor uruguaio Carlos Páez Vilaró. Ele estava em sua residência Casapueblo, perto de Punta del Este. Vilaró, que tinha sido operado várias vezes do coração, morreu na famosa residência que construiu e que se transformou em uma das principais atrações turísticas do país*²⁸⁸.

3.8. Otras miradas sobre el balneario

El actor y humorista Marcelo Médici expresa, consultado por la sub-sección *Sobrevoos* dirigida a dar sugerencias de viajes en la sección *Turismo*:

FUI E VOLTARIA, por Marcelo Médici
Miami (EUA): É a minha cidade preferida no mundo. Todo mundo acha cafona, mas eu adoro. Você aproveita bem a cidade o dia inteiro. De manhã, tem a praia, que é muito limpa. De tarde, dá para fazer compras ou passear por alguma galeria de arte. À noite, pode jantar muito bem e depois ainda tem balada
FUI E NÃO VOLTARIA
*Punta del Este (Uruguai): Não gostei e não voltaria no inverno, como fui há alguns anos, a trabalho. A cidade é muito sazonal, então não havia nada para fazer. Praia cinza, tempo frio, não tinha nem táxi. Parecia que eu estava no Velho Oeste*²⁸⁹

²⁸⁷ CORRÊA DA SILVA, Vanessa. Perto de Punta del Este, Casapueblo destaca arte uruguaia. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 14.out.2011. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2011/10/989330-perto-de-punta-del-este-casapueblo-destaca-arte-uruguaia.shtml> Acceso: 4.mai.2021.

²⁸⁸ MORRE ARTISTA uruguaio Carlos Páez Vilaró. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/corrída/153796-rapidas.shtml>

²⁸⁹ MOSNA, Rafael. DE TOLEDO, Giuliana. Confira a seção 'Sobrevoos' com relatos e dicas de viagem. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 20.jun.2013. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2013/06/1297686-confira-a-secao-sobrevoos-com-relatos-e-dicas-de-viagem.shtml> Acceso: 15.abr.2021.

Es usual en narraciones de viajes en sección citada que se haga referencia al invierno uruguayo, con tiendas cerradas y poca actividad más allá de compras en las tiendas entonces abiertas, opciones gastronómicas, actividades en casino y algún evento, además de recorrer paisajes, barrios chalets, algún centro cultural. La aclaración a la sazonalidad está presente, aunque persisten relatos en invitar a ir en invierno. La nota, de 2013, se da en contexto de auge del balneario. No niega su atractivo en el verano, afirma su limitada actividad fuera de temporada en la época. Advertencias semejantes se encuentran, pero también frases tales como: “No verão ou no inverno, balneário vive em constante clima de badalação”²⁹⁰.

La relación costo beneficio, aparece. Es notado en varias coberturas del alto precio, algo que se argumenta en la siguiente crítica relevada de la principal cobertura de PdE hecha por Folha en el período analizado, el artículo “*Punta é nossa*”²⁹¹, allí se lee:

Já na areia de Bikini, uma turma paulistana que não escolheu sustentar Punta curte o sol. Eles ganharam a viagem como prêmio da "firma". Se não, estaríamos no Guarujá", brinca o engenheiro Paulo Toledo, 27. "Temos um perfil mais 'low cost'. Se a gente pudesse escolher, pelo dinheiro que se gasta aqui, dava para ir a lugares bem mais legais."

El precio alto de Punta es parte de su imagen, algo que desestimula ciertos públicos pero atrae a otros o les da la señal de que otros allí no estarán, a no ser excepciones como lo anterior, por lo tanto estará *à vontade*, añadiendo valor a aquellos costos. El conductor televisivo y cronista Zeca Camargo describe columna de 2016²⁹² a un Uruguay poco memorable, sin mayor notoriedad en su memoria ese destino respecto de otros que sí quedaron grabados, una reminiscencia a un país moderado, amortiguado, como se ahondará más adelante. Punta del Este, fue lo que más recuerda igualmente, siendo su crítica a la vez un halago en el contexto.

Otras menciones menores ocurren desde esas tres líneas, especialmente en columnas de opinión más que en los relatos de secciones para turistas, donde proyectar no es cometido sino expresar opinión, que es a la vez proyección. Esas imágenes también existen, pero

²⁹⁰ CORRÊA DA SILVA, Vanessa. Punta del Este é o destino mais internacional do país. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 13.out.2011. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/fx1310201111.htm> Acceso: 15.abr.2021.

²⁹¹ KÜCHLER, Adriana. Paulistanos invadem Punta neste verão. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 30.jan.2011. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/saopaulo/867626-paulistanos-invadem-punta-neste-verao.shtml> Acceso: 6.fev.2021.

²⁹² CAMARGO, Zeca. Foi bom no Uruguai, não foi? Folha de São Paulo [online], São Paulo, 28.jan.2016. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/zecacamargo//2016/01/1734150-foi-bom-no-uruguai-nao-foi.shtml> Acceso: 4.mai.2021.

cuanto más nos acercamos en el tiempo a la fecha se aprecia una diversificación de la oferta de atractivos del destino que redimensiona lo aquí desarrollado.

3.9. Punta a través del tiempo brasileño

Tras un período 1997 - 2008 en el que sobresale una oferta de sol y playa, glamourosos salas de juego y eventos tanto diurnos como nocturnos, se transita hacia un período 2008 - 2020 que convive con lo anterior, a la vez que consolida una extensión de las impresiones del balneario hacia la costa atlántica este y el interior rural aledaño, afianzando la sofisticación del destino, la circulación de marcas de alto status y viajeros en sintonía, así como residentes.

El Hotel Conrad/Enjoy y el Hotel Fasano surgen estrechamente asociados a un primer y segundo momento, respectivamente. Su coexistencia amplía el abanico de experiencias que ofrecen en sí mismos y que confluye en su entorno, en círculos de generación de demanda turística, diversificando una oferta de atractivos que responde a impresiones sobre el destino como monótono, ventoso, de aguas frías y un gélido invierno que desestimula ir allí. Eventos, paseos, ofertas gastronómicas entre ellas vitivinícolas, equipamientos culturales internacionalizados, entre otros factores, cooperan en tal sentido. La infraestructura urbana y el paisaje en altura, reincorpora un protagonismo del verde ya no de pinares sino de praderas y el mar acompaña en mayor o menor distancia a ambas propuestas de experiencias.

Verónica Filardo (2006) sostiene que “(...) la diversidad de factores para definir el «potencial turístico» de un territorio, también revela los signos de las tendencias del turismo como fenómeno global” (p. 198), en un escenario de incesante proliferación de ofertas que conducen a afianzar lo ofertado por un destino e incorporar nuevos productos, en tanto “(...) los múltiples intereses y la divergencia de «atractores» suponen rasgos característicos de la diversidad de «lo que busca el turista»” (ibid.). La conjugación de las dos dinámicas antes desarrolladas a través de la oferta Conrad/Enjoy y adyacencias, así como la oferta Fasano y entorno complementario, desde un diálogo estrecho desde Uruguay con Brasil en tanto ambas cadenas cuentan en SP con agencias comerciales que responden a sus necesidades en PdE, evidencian un proceso que acompañó las transformaciones de las dinámicas del turismo entre ambos países.

La relación con el destino emerge en el discurso de FdSP mediada por cortas visitas en feriados y fines de semana largos, tendencia que se sostiene incrementándose el número de visitantes pero también la permanencia desde motivaciones al viaje diversificadas. Los viajes vía cruceros extienden masiva y profusamente la presencia de PdE en el repertorio de destinos para brasileños, un lugar que existe y cada vez se identifica mejor. Entre la década de 2000 y mediados de 2010, el turismo de cruceros promueve ese impulso que posteriormente moderará levemente sus expresiones al disminuir el número de cruceros en tránsito por la zona. A su vez, vuelos hacia el destino han dado grandes saltos en el período, siendo Punta del Este el destino principal entre viajeros internacionales de la aerolínea Gol, seguido de Buenos Aires y Cancún, según declaración de la empresa a FdSP en 2019²⁹³.

Una “mirada colectiva” (URRY, 2004) brasileña, se extiende a través de FdSP con especial destaque para la primera mitad del período 2008-2010, denotando que estar en PdE es una elección de buen gusto que otros ricos y famosos nacionales demuestran. A su vez, las condiciones para elegir el destino están dadas a quienes pertenecen o desean pertenecer a restringidos circuitos que integran aquellos que logran relacionarse donde se encuentran señales inequívocas de distinción, disfrute y construcción últimas del buen gusto (ORTIZ, 2019). La experiencia puntaesteña se colectiviza entre segmentos brasileños ascendentes y de alto nivel socioeconómico, además de tornarse objeto de deseo y eventual realización de manera más amplia un “estar ahí” como han estado otros, como han estado otras.

²⁹³ Otras noticias también han hecho referencia a la ampliación de vuelos privados:

LATAM TERÁ voo entre Punta del Este e São Paulo a partir de julho. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 18.may.2015. Disponible en:

AZUL ANUNCIA rota para Lisboa e corte de 7% na oferta de voos no Brasil. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 21. ene. 2016. Disponible:

<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/01/1731939-azul-anuncia-rota-para-lisboa-e-cortara-em-7-oferta-d-e-voos-no-brasil.shtml> 07. jul.2021.

DURVAL, Natalia. Para continuar líder no Top of Mind, Gol aposta em novos voos no Brasil e no exterior. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 20.set.2019. Disponible en:

<https://top-of-mind.folha.uol.com.br/2019/09/para-seguir-lider-no-top-of-mind-gol-aposta-em-novos-voos-no-brasil-e-no-exterior.shtml> Acceso: 07. jul.2021.

4. Uruguay a través de Punta del Este: miradas desde Brasil

En 2010 el Ministerio de Turismo, a través de la marca país, lanzó la publicidad *Uruguay Natural - Brasileiros* para ser divulgada fronteras adentro con el objetivo de valorizar al turista brasileño y también en su vecino norteco para captar un mayor flujo de visitantes. La pieza fue filmada enteramente en Punta del Este, fácilmente se identifican los paisajes del balneario apareciendo sus playas con la silueta de edificios característicos de fondo, su puerto, su principal isla, el casino y otras instalaciones del Hotel Conrad, su club de golf, los pinos marítimos propios de la zona.

En los escenarios antes descritos se visualizan brasileños en actitud de celebración y disfrute, mientras un narrador uruguayo comenta las imágenes con subtítulos en portugués que indican lo siguiente:

Que achamos dos brasileiros no Uruguai? Que são pessoas muito alegres; que sorriem todo o tempo. É como se não tivessem preocupações; que são muito descontraídos; fazem tudo o que gostam; são pessoas que sabem desfrutar da vida. Pelo menos, assim são quando nos visitam!

Siqueira y Siqueira (2016) analizan esta publicidad apuntando que es el “(...) *brasileiro, que frequenta lugares luxuosos, que joga, que se diverte com atividades caras que interessa*” (p. 12), sobre el cual se afianzan estereotipos positivos en torno a la brasilidad en base a cualidades tales como alegría, efusividad, descontracción, disfrute que desembocan en un elogio a Uruguay como lugar en el que esos atributos logran manifestarse. Al finalizar el video, se lee: “*Uruguai: um grande país para os brasileiros*”. En tal sentido, los autores se refieren al cierre de la publicidad como una afirmación de una grandeza simbólica del Uruguay que invierte la relación de su tamaño físico en contraste con Brasil.

Siqueira y Siqueira concluyen que “(...) *trata-se de um comercial, um tipo de discurso pleno de intenção que mira um público específico formado por uma certa elite econômica brasileira*”, agregando que ello repercute en el refuerzo de imaginarios simbólicos. A partir de este ejemplo encontramos a la imagen Punta del Este como un recurso material y simbólico a disposición de la imagen país de Uruguay para cautivar a un perfil de turista de alto poder adquisitivo, en un país vecino sobre el que estratégicamente se apuesta a fortalecer la recepción de turistas. Ello, en un marco más amplio de escasas menciones aunque usualmente desde una “(...) *caracterização positiva do Uruguai e o retrato dele como*

um destino turístico” (BRANDALISE, 2016, p.7), a través de medios escritos y audiovisuales masivos como Globo, Folha de São Paulo, entre otros.

En 2010 el Ministerio de Turismo, a través de la marca país, lanzó la publicidad *Uruguay Natural - Brasileiros* para ser divulgada en Uruguay con el objetivo de valorizar al turista brasileño y en Brasil para captar un mayor flujo de visitantes. La pieza fue filmada enteramente en Punta del Este, fácilmente se identifican los paisajes del balneario apareciendo sus playas con la silueta de edificios característicos de fondo, su puerto, su principal isla, el casino y otras instalaciones del Hotel Conrad, su club de golf, los pinos marítimos propios de la zona.

En los escenarios antes descritos se visualizan brasileños en actitud de celebración y disfrute, mientras un narrador uruguayo comenta las imágenes con subtítulos en portugués que indican lo siguiente:

Que achamos dos brasileiros no Uruguai? Que são pessoas muito alegres; que sorriem todo o tempo. É como se não tivessem preocupações; que são muito descontraídos; fazem tudo o que gostam; são pessoas que sabem desfrutar da vida. Pelo menos, assim são quando nos visitam!

Al finalizar el video, se lee: *“Uruguai: um grande país para os brasileiros”*. Siqueira y Siqueira (2016) analizan esta publicidad apuntando que es el *“(...) brasileiro, que frequenta lugares luxuosos, que joga, que se diverte com atividades caras que interessa”* (p. 12), sobre el cual se afianzan estereotipos positivos en torno a la brasilidad en base a cualidades tales como alegría, efusividad, descontracción, disfrute que desembocan en un elogio a Uruguay como lugar en el que esos atributos logran manifestarse. En tal sentido, los autores se refieren al cierre de la publicidad como una afirmación de una grandeza simbólica del Uruguay que invierte la relación de su tamaño físico en contraste con Brasil.

Siqueira y Siqueira concluyen que *“(...) trata-se de um comercial, um tipo de discurso pleno de intenção que mira um público específico formado por uma certa elite econômica brasileira”*, agregando que ello repercute en el refuerzo de imaginarios simbólicos. A partir de este ejemplo encontramos a la imagen Punta del Este como un recurso material y simbólico a disposición de la imagen país de Uruguay para cautivar a un perfil de turista de alto poder adquisitivo, en un país vecino sobre el que estratégicamente se apuesta a fortalecer la recepción de turistas.

Punta del Este ha acumulado un valor simbólico a proyectar y apropiar desde Brasil donde se abona, redefine, cuestiona o legitima en un proceso en constante mutación entre la afirmación y la transformación como esperado al construir tanto marcas como imágenes de lugar o nación (ANHOLT, 2010; DINNIE, 2008). En ese proceso, la imagen del balneario entra en diálogo con la imagen del país en una relación que se ahondará más adelante. Igualmente, los ejemplos anteriores sobre la presencia mediática del balneario más allá de la prensa escrita remiten a una contextualización de los procesos comunicativos en que ésta se sitúa. El balneario emerge como un recinto de fastuosidad, *glamour* y ostentación en el que ganan relieve establecimientos hoteleros y gastronómicos, ámbitos de encuentro de figuras del *jet set* y amantes del confort. A su vez que, dadas las redefiniciones de las imágenes de lugar y nación, las impresiones que Siqueira y Siqueira (2016) traen para interpretar PdE se retroalimenta en la última década de nuevas ofertas locales, que, como se ha sostenido a partir de FdSP, diversifican el repertorio simbólico esteño entre la rusticidad, el campo, la viticultura y una elevación de status.

Las imágenes dominantes evocan estas representaciones, a continuación las mismas serán relevadas considerando su complejidad y matices, así como yendo en pos de las asociaciones que el balneario esteño establece con las imágenes del país en que su jurisdicción se sitúa.

4.1. La diversidad del país: miradas brasileñas de un Uruguay conocido y por conocer

Countries that aren't strong need to be interesting – they need to exercise some power of attraction if they cannot exercise compulsion, and the source of that attraction can only be their unique, individual identity, their culture, their history, their land, their traditions, their genius and their imagination. This is what competitive identity is all about. (ANHOLT, 2010, p. 37).

La montevideana arquitectura y gastronomía - especialmente sus asados en el Mercado del Puerto- resultan en atractivo suficiente para visitar Uruguay de acuerdo a Lonely Planet²⁹⁴ al listar al país como uno de los 10 recomendados para visitar en 2016. De la capital se accede a “sinuosas están salpicadas por estancias (ranchos de ganado)” pero también “para gozar de bonitas playas y mucha marcha nocturna se puede ir a Punta del Este, una moderna

²⁹⁴ CARILLET, Jean-Bernard. Uruguay. Lonely Planet. TOP 8 país #BestinTravel Disponible en: <https://www.lonelyplanet.es/blog/uruguay2016>. Acceso: 20. jul. 2021.

ciudad-resort de la costa atlántica llena de gente guapa”. Algo que complementan villas de pescadores vueltas balneario como Cabo Polonio y Punta del Diablo en las cuáles se avanza sobre un “ambiente bohemio, sus playas vacías, dunas móviles, colonias de focas y magníficas olas”. Mientras que Colonia del Sacramento ofrece una “combinación ideal de autenticidad y desarrollo turístico” de corte cultural, en tanto. Patrimonio Mundial por la Unesco como fortificación portuguesa y española.

Renato Ortiz, al estudiar la intensificación del proceso de globalización en las últimas décadas se pregunta: “*Por que a temática da diversidade tornou-se tão importante nos últimos anos? Porque o mundo se unificou*” (2015, p. 10). La diversidad se torna un aspecto presente en un mundo que se aproxima, así como algo a delinear para posicionarse en él; es decir, frente valorizar un ideal universal se afirman repertorios. Mientras nos globalizamos, también reconocemos nuestra diversidad antes que una tendencia meramente homogeneizadora, siendo ello valorado (NICOLAU NETTO, 2017). Mediante condiciones objetivas como infraestructuras, paisajes, bienes accesibles, itinerarios, ofertas culturales, entre otros factores, se sostienen las imágenes de lugar y nación, que sin tal asidero resultaría arduo o difícilmente plausible arraigar, tal como argumenta Anholt (2010), A mayor diversidad mayor valor adquiriría un lugar, bien u otro al encontrar en su heterogeneidad estímulos para unos, o para otros, siempre y cuando ello no erosione la coherencia y diferenciales preeminentes, se puede argumentar en diálogo con los autores en este párrafo nombrados.

El corresponsal Carlos Magno de Nardi en el artículo titulado “*Uruguai*”²⁹⁵ publicado en Folha el 7 de diciembre de 1995, destaca el pasado republicano del país a la vez que el lugar que en su historia ha tenido la atracción de turistas. En diálogo con la noción de “país de turismo” que Da Cunha et. al. (2012) demuestran como un sello nacional. El periodista menciona los atractivos de playa, centros urbanos y campo que ofrece el país. En un estilo de periodismo poititivante, quizás incluso proselitista, característico de reseñas turísticas convencionales, se lee:

(...) o Uruguai se firmou como uma das principais opções abaixo da linha do Equador. Depois de consolidar seus balneários como alternativa na América Latina, com papel destacado para Punta del Este, o país passa a investir num tipo de turismo baseado numa de suas características: a cultura campestre.

En adelante, discursivamente profundiza sobre una apuesta entonces incipiente de fortalecer el turismo rural, como un paso sustantivo dado por el país en la época para promover su

²⁹⁵ MAGNO DE NARDI, Carlos. Uruguai.Folha de São Paulo [online], São Paulo, 7.dez.1995. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1995/12/07/turismo/1.html> Acceso: 4.mai.2021.

actividad turística. Un antecedente del descubrimiento del campo junto la playa y la ciudad en el entorno del PdE. La diversificación de PdE encuentra allí un vector relevante, en conjugaciones con los otros escenarios recién nombrados.

Uruguay como país de frontera (CAETANO, 2019), ha mostrado una ostensible proximidad con Argentina dada una cercanía entre sus capitales, además de poder remontarnos a un origen colonial común e idioma compartido (MARCHESI & MARKARIAN, 2016). El territorio nacional, igualmente, fue colonizado primeramente por la corona portuguesa y formó parte del Imperio Portugués así como el Brasileño (op. cit). Uruguay, a su vez, supo ser refugio en el exilio de un gran número de brasileños, en la década de 1960 tales como Leonel Brizola, Iberè Camargo o Darcy Ribeiro. Algunos de ellos, radicados en proximidades de Punta del Este como Joao Goulart.

La crónica turística publicada en FdSP “*Viagem de carro pelo interior revela o Uruguai profundo*”²⁹⁶, de 2018, transita por el litoral del Río Uruguay através del *Corredor Pássaros Pintados*, especialmente la zona de bodegas de Carmelo, para llegar a las ciudades de Paysandú y Mercedes “*onde o turismo internacional é novidade*”, además de alcanzar Fray Bentos y conocer el extinto Frigorífico Anglo, actualmente declarado Patrimonio Histórico de la Humanidad, concluyendo en el Parque Nacional Esteros de Farrapos. El texto, de la sección *Turismo*, iniciaba así: “*Por ano, 500 mil brasileiros visitam o Uruguai. Mas experimente perguntar quais cidades eles conheceram: mais de 90% ficam entre Montevideu e Punta del Este e somente 7,5% chegam à Colônia do Sacramento, segundo o Ministério do Turismo*”.

La proyección de imágenes de Montevideo, Colonia y Punta del Este son recurrentes en medios brasileños. Se mencionan excepcionalmente otros destinos, tal como sucede en el raro ejemplo traído en el párrafo anterior. Igualmente, esos tres consolidados objetos de la mirada turística del centro brasileño, ofrecen ofertas estereotípicas complementarias entre sí ligadas a cultura, patrimonio, playa, *glamour* y otros. En complemento a la tríada PdE-Montevideo-Colonia, emergen menciones a Carmelo y Cabo Polonio en las páginas de FdSP, entre la ruralidad y la reserva natural. José Ignacio ya ganó centralidad, como parte de una unidad simbólica con PdE o como destino en sí mismo, al menos mencionado como parte

²⁹⁶ PINHO, Flávia G. Viagem de carro pelo interior revela o Uruguai profundo. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 14.jun.2018. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2018/06/viagem-de-carro-pelo-interior-revela-o-uruguai-profundo.shtml> Acceso: 4.mai.2021.

de una vecindad con su estilo hippie-chic. Los destinos consagrados dialogan y se asocian con los emergentes, en tanto anclas de certeza sobre los mismos²⁹⁷.

A las imágenes de Punta del Este, las recorre el lujo de grandes edificios, casinos y autos de lujo a la vez que se es concitada la sofisticación de lo simple, lo rural, lo verde frente al cemento de sus otras caras, como expresa la nota “*Vizinha a Punta del Este, José Ignacio exhibe estilo pé na areia chique*”²⁹⁸. Aquí se diferencia un destino del placer y otro de la simpleza, pero que también aparecen interligados y complementarios en unidad:

Parece que ali o tempo não tem pressa. Em suas ruas estreitas, com casas sem muros, rodeadas de jardins, circula uma gente cosmopolita. Um clima desprezioso ronda esse pequeno ponto da chamada “Côte d’Azur da América do Sul”, a praia de José Ignacio, no Uruguai.

Antigo vilarejo de pescadores, localizado a cerca de 30 km da agitada Punta del Este, José Ignacio é para quem cultiva um estilo pé na areia, rústico, mas chique. Se Punta del Este é hedonista, José Ignacio é contemplativa (...)

A uma pernada dali está o concorrido e premiado restaurante parador (de praia) La Huella, de onde se aprecia o mar degustando pratos saídos das mãos de cozinheiros de sucesso, servidos por uma elegante equipe de garçons.

Despojado —uma casa de madeira, estilo pé na areia—, chega a contrastar com as Ferraris e outros carrões da clientela que não dispensa os frutos do mar feitos na brasa, destaque do cardápio. É imprescindível fazer reserva com antecedência nesse que é ocupa o 22º lugar na lista do Latin America’s 50 Best 2018.

En una imagen difusa entre PdE y su extensión que para algunos artículos componen una misma unidad, mientras para otras, dos puntos aparte. De todas formas, un nuevo halo roda un un destino que se diversifica y reinventa yendo de un centro urbano costero consolidado a una costa tan verde como la que supo tener el primer Punta del Este, avanzando a su vez hacia el verde de ruralidades contiguas. Esa “ parte “*Toscana*” do balneário ”²⁹⁹ es presentada como una faceta integrada al mismo, al acercarnos en el tiempo. El entorno puntaesteño,

²⁹⁷En Sobrevoos, para 2013, se ofrece por ejemplo un paquete a Colonia y Punta del Este, junto a sus vecinos emergentes de Carmelo y José Ignacio íntimamente asociados a los clásicos destinos: “Seis noites, passando por Colônia del Sacramento, Carmelo, Punta del Este e Jose Ignácio. Inclui refeições, vinho e degustação de azeite”. DALL'ARA, Alexandre. Dicas, Curiosidades E Outras Viagens. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 26.set.2013. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/130663-sobrevoos.shtml> Acceso: 4.mai.2021.

²⁹⁸ DE OLIVEIRA, Roberto. Vizinha a Punta del Este, José Ignacio exhibe estilo pé na areia chique. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 6.fev.2019. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2019/02/vizinha-a-punta-del-este-jose-ignacio-exibe-estilo-pe-na-areia-chique.shtml> Acceso: 7.ago.2021.

²⁹⁹ KÜCHLER, Adriana. Paulistanos invadem Punta neste verão. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 30.jan.2011. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/saopaulo/867626-paulistanos-invadem-punta-neste-verao.shtml> Acceso: 6.fev.2021.

especialmente José Ignacio surge como *“destino exclusivo eleito por quem foge do agito de Punta del Este”*³⁰⁰, en el relato de contrastación.

El lugar ocupado por PdE se desarrolla a continuación en su integración multidestino con Colonia y Montevideo, cuando Brasil mira desde el turismo a Uruguay.

4.1.1. Playa

En el artículo *“No Uruguai, é cada um com sua praia”*³⁰¹, se deja en claro que *“(…) apesar de ter uma costa pequena, em comparação com a brasileira, o Uruguai oferece uma variedade de balneários que correspondem a perfis diferentes de turistas”*. La noción de “país de turismo” (DA CUNHA et al.) respecto de un Uruguay en el cual el turismo es reconocido como relevante y un proceso de especialización acontece, abocado particularmente al turismo de sol y playa, repercute en artículos como el antes citado y en diferentes menciones al país como un territorio de playas que atraen a muchos. La mirada de Brasil se vuelca sobre PdE, desconsiderando el río y sus marrones aguas de Montevideo o Colonia. No se conocen mayores playas, fuera de Punta del Este y su zona de influencia entre Punta Ballena y José Ignacio, pero puede encontrarse una mirada al respecto nítida sobre la imagen de PdE en esta singular noticia que ahonda en torno a las costas de la Región Este.

Entre ellos, sobresale un tranquilo destino de uruguayos “eminentemente familiar”, Piriápolis. *“Como se sabe, Punta é enclave internacional e tem vida própria, contando com uma clientela argentina cativa. Já os brasileiros, que no balneário elegante buscam o lazer e os jogos de azar, são cada vez mais numerosos”*. A PdE se lo conoce, ya se sabe cómo es y además de argentinos asiduos está claro el ascendente arribo de brasileños. Mientras más de 1000 artículos de Folha mencionan a PdE entre 1994 y 2022, apenas 18 mencionan a este balneario (sólo 1 teniéndolo como asunto central) que supo recibir un mayor número de turistas que PdE más de medio siglo atrás. El artículo aún agrega más información sobre este último destino: *“Alavancado pelo jetset internacional, dono de cassinos famosos, o balneário*

³⁰⁰ PINHO, Flávia G. Vinícolas de Maldonado, no Uruguai, atraem com hospedagem e restaurantes de luxo. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 6.out.2021. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2021/10/vinicolas-de-maldonado-no-uruguai-atraem-com-hospedagem-e-restaurantes-de-luxo.shtml> Acceso: 8.out.2021.

³⁰¹ CARDOSO, Pedro Paulo. No Uruguai, é cada um com sua praia. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 14.out.2011. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2011/10/989375-no-uruguai-e-cada-um-com-sua-praia.shtml> Acceso: 4.mai.2021.

conta com uma boa infraestrutura hoteleira e possui um charmoso porto tomado por iates na orla fluvial”.

Por último, se agrega a lo recién citado:

Por outro lado, aventureiros (ou o chamado público alternativo) que não se identificam nem com a atmosfera familiar de Piriápolis e nem com Punta del Este, por achá-la muito chique, restam os 180 km de costa atlântica.

La Pedrera, Punta del Diablo e Cabo Polonio são os referencias. Nesse último, encontra-se um vilarejo de pescadores no qual a luz elétrica ainda não chegou.

Si los “viajes de ilustración” del siglo XVI en adelante valorizaron los “paisajes naturales” de manera novedosa, y desde entonces sucede que “lo nuevo no es la contemplación en el seno de la naturaleza(...), es el deseo de usufruir de un panorama” (CORBIN, p.149-150, traducción propia), a la fecha la naturaleza es deseada desde imaginaciones, aspiraciones y pretensiones variadas. Especialmente, la costa. Desde destinos “*eminenteamente familiares*”, a otros internacionalizados y “*chiques*”, a otros para un “*público alternativo*”. Además de otros destinos de menor afluencia extranjera no mencionados, se confluye en un Uruguay heterogéneo en las imágenes y propuestas de su costa. Así como, en línea con cuanto antes se señalaba, diverso también en sus variada oferta.

4.1.2. Centro urbano

Los centros urbanos protagonistas para el turismo brasileño resultan en Montevideo, Colonia y contemplemos también a Punta del Este como urbe. El artículo “*Vizinho em alta. Uruguai vira o novo queridinho do Brasil*”³⁰², además de resaltar el atractivo nacional por la sofisticación puntaesteña, se indican sólo otros dos destinos: “*A pacata capital, Montevideu, e a cidade de origem portuguesa que é patrimônio da humanidade, Colônia do Sacramento, atraem o interesse do viajante que está em busca de cultura e história*”. Las tres ciudades aquí señaladas, se muestran como una trinidad establecida.

En 2016, Sylvia Colombo publica en sección Turismo el artículo “*Viagem ao Uruguai desmistifica clichês sobre sua cultura e sociedade*”³⁰³. Allí se presenta un Montevideo cultural que trae la tradición portuaria de Bs As pero abierta a un mayor número de

³⁰² VIZINHO EM alta. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 31.jan.2013. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/91437-vizinho-em-alta.shtml> Acceso: 15.abr.2021.

³⁰³ COLOMBO, Sylvia. Viagem ao Uruguai desmistifica clichês sobre sua cultura e sociedade. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 4.fev.2016. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2016/02/1736566-viagem-ao-uruguai-desmistifica-cliches-sobre-cultura-e-sociedade.shtml> Acceso: 5.mai.2021.

influencias, algo que remite en su carnaval de herencia europea y africana. La presencia de su cultura gauchesca del interior que se manifiesta en expresiones artísticas y el habla, así como valores republicanos vivenciables en el país, son mencionados. Aparte de la capital, se aclara, “(...) *perto de Montevideu ficam atrações que valem ao menos um bate-volta. A oeste, a bucólica e histórica Colônia do Sacramento; a leste, o badalado balneário de Punta del Este e a região vinícola de Garzón*”. Esta última, será nombrada en próximas páginas de esta investigación.

Montevideo, Colonia y Punta del Este surgen como la clásica tríada, para un viaje que muestra tres caras uruguayas. Otros públicos podrán arriesgarse a otras experiencias, playas como Cabo Polonio o zonas semirurales como Carmelo y la zona de Garzón - José Ignacio en área de influencia PdE, pero las ciudades sugeridas al brasileño son esas tres. Las recomendaciones externas a la tríada uruguaya para brasileños del Centro Sur, surgen en un artículo reciente dada una reflexividad turística que evidencia una ampliación de las miradas hacia Uruguay, con esos nuevos nodos físicamente en próximos en todo caso a los consagrados, así como localizados en el litoral sur del país. Además, ha de destacarse la proveniencia del texto de la corresponsal para América Latina de FdSP, residente en Bs As y amplia conocedora de la sociedad rioplatense.

El patrimonio coloniense, de una ciudad que fuera portuguesa y luego española seduce para quienes están de paso por Uruguay, en tránsito desde/hacia Argentina o no necesariamente.

*Colônia do Sacramento é patrimônio cultural da humanidade da Unesco. A cidade foi um enclave comercial e militar disputado por Portugal e pela Espanha em guerras e tratados até o início do século 19, e ainda conserva um traçado urbano antigo, com parte da muralha que a protegia remanescente.*³⁰⁴

Montevideo ofrece “ar passadista” según el artículo “Capital uruguaia mantém charme do passado”³⁰⁵ con su arquitectura ecléctica, además de una oferta cultural de museos, librerías, teatros y cafés con historia. Su Ciudad Vieja atrae con el Teatro Solís, centro gastronómico Mercado del Puerto y la Plaza Independencia, también el Estadio Centenario, la rambla costera además de inúmeros restaurantes y comercios cierran la oferta. Así sobresale en ese

³⁰⁴ FUNDADA EM 1680, Colônia do Sacramento atrai pela história. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 15.mar.2012. Disponible:

<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/31249-fundada-em-1680-colonia-do-sacramento-atrai-pela-historia.shtml> Acceso: 5.mai.2021.

³⁰⁵ CORRÊA DA SILVA, Vanessa. Capital uruguaia mantém charme do passado. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 13.out.2011. Disponible:

<https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2011/10/989687-capital-uruguaia-mantem-charme-do-passado.shtml> Acceso: 5.mai.2021.

artículo y en otros que también remiten en iguales u otros términos a esse “*passadismo*” tranquilo.

Al respecto de Punta del Este en tanto ciudad con infraestructura de sociabilidad y paseo, se ha hablado ya. “*Punta del Este é o destino mais internacional do país*”³⁰⁶, titula un artículo de 2011, en señal de una ciudad “*internacionalizada*” en su oferta gastronómica, cultural, comercial y también, en sus visitantes. Usualmente se menciona en Folha de São Paulo su principal vía de tránsito, Gorlero, especialmente entre fines de la década de 1990 y en la década de 2000, sus barrios jardín con mansiones, su infraestructura hotelera, comercial, gastronómica, entre otros sobre los que se ha hecho referencia. Según plantea Martínez et al. (2016), el conglomerado “Maldonado-Punta del Este-San Carlos emerge como segunda área metropolitana con casi 135 000 habitantes, con tasas de crecimiento que cuadruplican las del Uruguay urbano en el período 1985-2011” (MARTÍNEZ et al, 2016, p. 58).

En esta ciudad “(...)los arquitectos encontraron campo fértil para sus experiencias modernas, también en bloques de apartamentos, hoteles, casinos y otras edificaciones”, además de haberse gestado un escenario fértil para “(...) concursos de Proyectos urbanos con intervención de prestigiosos profesionales, así como algunas realizaciones que enriquecieron el paisaje privilegiado (...)” (ROCHE & GADINO, 2019, p. 42). A ello, agregan las autoras que la exigente demanda de la alta sociedad que frecuentaba el balneario, incidió además en la modernidad de la propuesta que tuvo el sello de arquitectos urbanistas como Carlos Gómez Gavazzo y Julio Vilamajó, entre otros.

4.1.3. Campo

Así como se ha transformado el área costera en virtud del turismo, se está en vías de transformación del área rural, pasándose de las tradicionales actividades agrícola - ganaderas, a la visión cosmopolita del capitalismo internacional (DÍAZ DE GUERRA, 2010, p. 45).

La historiadora de Punta del Este, Ivette Trochon (2017), relata en su libro *Punta del Este: el Edén Oriental - 1907 -1997*, como “(...) las torres avanzan incontenibles” (p. 10) desde la década de 1960, para una ciudad cuya urbanización se densifica. Es entonces que “la

³⁰⁶ CORRÊA DA SILVA, Vanessa. Punta del Este é o destino mais internacional do país. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 13.out.2011. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/fx1310201111.htm> Acceso: 15.abr.2021.

península se eriza, el ojo encuentra barreras antes inexistentes, impensados muros de cemento, cristales inesperados, y la naturaleza, antes pródiga en su exposición panorámica a ras de tierra, se retrae y se muestra esquiva” (p.10). Al respecto de lo que la autora señala una “reacción inevitable” (p. 11) en la migración hacia el este del balneario, en alejamiento de las zonas densamente edificadas. Lo cual sucede, de acuerdo a la autora, promovido a partir de una motivación nostálgica o ideologías tendientes a relaciones con el medio que la autora define como “corrientes ecológicas”, se avanza hacia La Barra, Manantiales, José Ignacio.

La cita en el epígrafe de este apartado, retrata la movilidad incesante de extranjeros al litoral del departamento de Maldonado, sobresaliendo un interés particular por su zona este. Allí, por más de 200 años:

(...) numerosas familias criaron a sus hijos, levantaron sus casas, ranchos y corrales, cultivaron la tierra con variedad de cereales y árboles frutales, se dedicaron a la cría de animales: ganado vacuno, bovino, ovino y caballar; muriendo, la mayoría de ellos, en el lugar donde nacieron (DÍAZ DE GUERRA, 2010, p. 45).

Quienes no nacieron en el área, pasean por el lugar o en él se radican cada vez más. El Municipio de San Carlos y Municipio de Garzón responden a las jurisdicciones que continúan al Municipio de Punta del Este, su costa y parque de su ruralidad suele ser descrita como “Punta del Este” por la prensa brasileña estudiada y otros medios. Cuando no es así, José Ignacio surge como un lugar aparte pero cercano. Los pueblos de Garzón y Pueblo Edén también antes apartados, al influjo de Punta del Este seducen como pueblos rurales a ser reencontrados. En tales entornos, se multiplican emprendimientos vitivinícolas y olivícolas junto a chacras marítimas, paulatinamente.

Tales influjos encuentran su eco en la cobertura de Folha directa e indirecta sobre el acontecer de Punta del Este, en un ejercicio de encuentro entre la urbe costera puntaesteña que Renfrew (2004) analizaba en tanto ciudad global cuyos edificios y sofisticación citadina daban a conocer un Uruguay de vanguardia, para llegar a una urbe que se aproxima de una ruralidad señal diacrítica del Uruguay, aunque de forma *gourmetizada*. Lo nacional rural está allí, pero en expresiones singulares que realzan fragmentos de su imagen nacional, a la vez que omiten otros. *Uruguay Natural*, marca país, reivindica la calidad y capacidad de los recursos naturales uruguayos, de su producción, estampando ello. No obstante, la mirada turística se ha centrado en las playas y la cultura urbana, complementariamente en termas y patrimonios, hasta un último tiempo y así lo refleja Folha y reconocen El turismo rural como producto turístico surge con un relativo énfasis en las acciones institucionales de promoción del país recién en

1985, a través de folletería sobre *Turismo de estancias*, para en 1996 - 1997 encontrarse materiales de difusión de mayor envergadura con una *Guía de establecimientos rurales* y el folleto *Turismo Rural* (CAMPODÓNICO et al., 2012). Es sólo entonces que el turismo rural se suma como oferta formal de la imagen turística del país promovida oficialmente (ibid.).

O Uruguai é o menor país sul-americano, e grande parte de seu território é dominado pelo campo.

Mas o turismo concentra-se principalmente no sul, às margens do rio da Prata.

Assim, os uruguaios que não vivem voltados para o campo divertem-se nas praias.

No interior, as pequenas cidades desenvolvem atividades ligadas à pecuária. Já no sul, onde estão as maiores cidades e os balneários, fica Punta del Este, a estrela maior do turismo uruguaio, a vedete do rio da Prata.

No verão, o calor torna esse balneário o lugar mais badalado do país, onde os ricos portenhos (naturais de Buenos Aires) vão passar o tempo em suas mansões e arriscar a sorte nos cassinos³⁰⁷.

Y es allí su distinción renovada, surge una ruralidad que trae expresiones exóticas como la oliva y otras ya arraigadas como la vid, a lo que se suman tradiciones como el caballo - símbolo de lo gaucho - o el asado, entre otros aspectos de la vida campestre rediseñada para el turista. Tales referencias, ausentes hasta avanzada la primera década del siglo XXI, surgen como imágenes de la experiencia *puntaestenha* a partir de 2008 cuando el campo y el mar lejano a la urbe adquieren preeminencia. Menciones a este último sucedían previamente, a una ruralidad *puntaestenha* no, por absoluto ausentes.

La “parte «Toscana» do balneário”³⁰⁸, emerge. Lo rural, en combinación con vides y olivares, entre aire marítimo y olas oceánicas a metros se consolidan. En similar proceso, Carmelo surge como otra toscana igualmente asociada a nicho consolidado de turismo como Colonia, extendiéndose roteros y captando el interés para turistas que buscan otras experiencias.

Para os fãs de vinhos, vale destacar a visita à vinícola de Viña Edén, em Pueblo Éden. Projetado em três níveis para usar a gravidade como aliada durante as etapas de produção da bebida, o local oferece degustação de vinhos Chardonnay, Reserva de Tannat e Cerro Negro (...).

Aos adeptos das cavalgadas, o hotel Fasano proporciona um passeio de uma hora até Punta Lobos, onde são cultivadas oliveiras e se produz o famoso azeite da região. No local, há degustação do produto e os visitantes podem aproveitar o resto do dia para realizar um tradicional piquenique no campo³⁰⁹.

³⁰⁷ BARTABURU, Xavier, Cidade é vedete turística no rio da Prata, turismo Folha de São Paulo [online], São Paulo, 12.ago.1996. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1996/8/12/turismo/17.html> Acceso: 3.ago.2020.

³⁰⁸ KÜCHLER, Adriana. Paulistanos invadem Punta neste verão. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 30.jan.2011. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/saopaulo/867626-paulistanos-invadem-punta-neste-verao.shtml> Acceso: 6.fev.2021.

³⁰⁹ CARVALHO, Carlos. Famosa pelas praias, Punta del Este também tem opções de turismo de inverno. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 17.jun.2018. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/saopaulo/2018/06/1971997-famosa-pelas-praias-punta-del-este-tambem-tem-opcoes-de-turismo-de-inverno.shtml> Acceso: 15.abr.2021.

En el área rural del departamento de Maldonado, ha sucedido una “(...) sustitución del uso rural productivo por el residencial de temporada, modificando las modalidades tradicionales de turismo en la costa este uruguaya” (LEICHT et al., 2013, p. 151). Fenómenos como el antes descrito provocan nuevos usos del suelo y el espacio, las cuales derivan en evocaciones de imágenes punteasteñas como las siguientes: “*Francis Mallmann faz apresentação em povoado a 30 km de Punta del Este*”³¹⁰, según anuncia un artículo con clara referencia a PdE pero que gira hacia el campo de la mano de la más alta gastronomía internacional, con raíces gauchescas. En éste se lee:

Aconteceu em território gaúcho (o Uruguai), onde o autor preparou carnes e legumes segundo as diferentes técnicas explicadas na obra, literalmente em praça pública: foi na praça central (e única) do povoado de Garzón, a 30 km de Punta del Este.

Era o ápice do evento Punta Food & Wine Festival. Mas, no lugar das refeições dos dias anteriores, assinadas por chefs internacionais (como a brasileira Mara Salles) em ambientes elegantes, o almoço se deu na empoeirada praça. Pois é ali em Garzón (você não vai achar no Google Maps), num cenário de faroeste longe de tudo, que fica o charmoso e improvável hotel e restaurante de Mallmann (que tem também casas em Buenos Aires e Mendoza).

Lo rural-gauchesco surge de forma inédita ligado a PdE, donde inclusive abrió en 2019 un parque temático de tradiciones rurales, Pueblo Gaucho. Esta tendencia de vuelta a lo tradicional y giro a lo rural, remite a un proceso de “reflexividad turística” (SHELLER y URRY, 2004) que transforma percepciones y expectativas sobre qué hacer y ver en el entorno, qué interacciones o experiencias atravesar, sin dejar de remitir a un acumulado histórico de alto status y jerarquía.

“*Uruguai mescla pequena e grande vinícola*”³¹¹ indica un artículo que trae los recientes aportes de PdE a la materia, para una tradición uruguaya. “*Essa região, no departamento de Maldonado, não é a mais tradicional em termos vinícolas. Mas conheci ali dois tipos de empresa que hoje vão desenhando a paisagem vinícola do país*”, señala el enviado especial autor de la publicación. En su redacción refiere a una “*(...) pequena propriedade tocada há poucos anos pela família*”, a la vez que contrasta sobre como “*no resto do país, especialmente em Canelones, porém, elas podem contar dezenas de anos e gestores de terceira ou quarta geração*”, mostrando como sólo recientemente Maldonado se pliega a esa

³¹⁰ MELO, Josimar. Chef argentino demonstra técnicas em praça uruguiaia. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 17.nov.2001. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/comida/9314-chef-argentino-demonstra-tecnicas-em-praca-uruguiaia.shtml> Acceso: 16.abr.2021.

³¹¹ MELO, Josimar. Uruguai mescla vinícolas familiares e megaempreendimentos do vinho. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 30.jul.2015. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2015/07/1661920-uruguai-mescla-pequena-e-grande-vinicola.shtml> Acceso: 5.mai.2021.

producción tradicional en el país aunque innovadora e inclusive de singular gran escala en el entorno puntaesteño . A pesar de antecedentes como las Bodegas de Blois, Sancho y Bonilla de fines del siglo XIX luego discontinuada o la Bodega Zanoni de inicios de siglo XX aún vigente, todas ellas al oeste de Punta del Este (LISCHINSKY, 2018), las rutas vitivinícolas de los últimos años asoman especialmente sobre nuevos emprendimientos. Una práctica de largo aliento en Uruguay, se expanda renovada sobre el este maldonadense resignificando a su vez la oferta e imagen asociada a Punta del Este.

El artículo luego menciona a la Bodega Garzón: “(...) *um megaempreendimento de um milionário argentino do petróleo, que reúne uma cantina gigantesca e de ponta (fica pronta em novembro), produção de azeite de oliva e boa infraestrutura para receber visitantes*”. Estos viñedos no son los únicos, reflejan una nueva modalidad de habitar y producir en la región, en articulación con el turismo que participa de paseos y gastronomía allí. Emprendimientos novedosos de una vieja tradición del país rural. Más adelante, se aclara: “*E em ambas, há visita constante de brasileiros que, segundo estimativas de todas as vinícolas, chegam a 80% dos turistas. E todos compram algo. O Brasil é o maior mercado de exportação para o vinho de lá*”. Este Uruguay emergente, es para brasileños que anhelan esa diversidad de experiencias en su viaje intenso a un país peculiar, europeo y al sur. La nota luego profundiza sobre las variedades de vino uruguayo y su historia.

La conexión con Brasil es una constante: “*Carrau (que tem vinhedos no Brasil, na fronteira, além de um irmão dos proprietários que produz vinhos na serra Gaúcha). Fugindo um pouco do figurino, a Filgueira foi comprada por brasileiros de Minas Gerais*”. En una nota escrita por un enviado a invitación de *Wines of Uruguay*. Y las materias siguen en años posteriores, más allá del recorte del campo de esta investigación, es así que se lee en 2020 se informa como el magnate argentino Alejandro Bulgheroni “(...) *investiu 200 milhões de dólares na construção da Bodega Garzón (bodegagarzon.com), que viria a ser eleita, oito anos depois, a melhor do Novo Mundo pela influente revista norte-americana Wine Enthusiast*”. Para luego complementar dicho artículo: “*No restaurante da vinícola, que tem assinatura do argentino Francis Mallmann, considerado o papa da cozinha da brasa, o português é um dos idiomas que mais se ouve pelas mesas*”.³¹².

³¹² PINHO, Flávia G. Vinícolas de Maldonado, no Uruguai, atraem com hospedagem e restaurantes de luxo. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 6.out.2021. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2021/10/vincolas-de-maldonado-no-uruguai-atraem-com-hospedagem-e-restaurantes-de-luxo.shtml> Acceso: 8.out.2021.

turismo

Vinícolas de Maldonado atraem com hospedagem e restaurantes de luxo

Jovens e arrojadas, proprietades no Uruguai voltam a receber estrangeiros em 1º de novembro

FELICIA NUNO

Além de um apartamento de luxo, um carro de luxo e um jato particular, os jovens empresários brasileiros que compraram propriedades em Maldonado, no Uruguai, voltam a receber estrangeiros em 1º de novembro.



No bairro de Punta del Carapé, a arquitetura moderna das quatro suítes, piscina e um salão de festas.

Um dos jovens brasileiros que compraram propriedades em Maldonado, no Uruguai, voltam a receber estrangeiros em 1º de novembro. O empresário brasileiro que compraram propriedades em Maldonado, no Uruguai, voltam a receber estrangeiros em 1º de novembro.

Os jovens brasileiros que compraram propriedades em Maldonado, no Uruguai, voltam a receber estrangeiros em 1º de novembro. O empresário brasileiro que compraram propriedades em Maldonado, no Uruguai, voltam a receber estrangeiros em 1º de novembro.

Os jovens brasileiros que compraram propriedades em Maldonado, no Uruguai, voltam a receber estrangeiros em 1º de novembro. O empresário brasileiro que compraram propriedades em Maldonado, no Uruguai, voltam a receber estrangeiros em 1º de novembro.

Os jovens brasileiros que compraram propriedades em Maldonado, no Uruguai, voltam a receber estrangeiros em 1º de novembro. O empresário brasileiro que compraram propriedades em Maldonado, no Uruguai, voltam a receber estrangeiros em 1º de novembro.

Os jovens brasileiros que compraram propriedades em Maldonado, no Uruguai, voltam a receber estrangeiros em 1º de novembro. O empresário brasileiro que compraram propriedades em Maldonado, no Uruguai, voltam a receber estrangeiros em 1º de novembro.

Os jovens brasileiros que compraram propriedades em Maldonado, no Uruguai, voltam a receber estrangeiros em 1º de novembro. O empresário brasileiro que compraram propriedades em Maldonado, no Uruguai, voltam a receber estrangeiros em 1º de novembro.

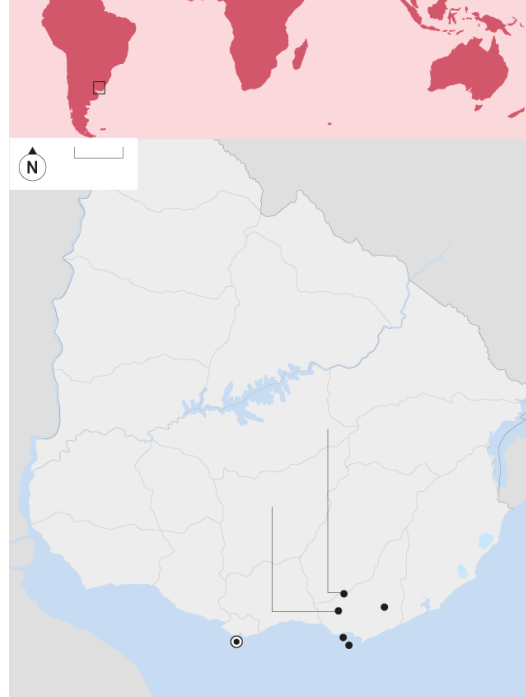


Figura 28 - Folha de São Paulo [sección Turismo, señalización de bodegas al interior de área PdE], 07/10/2021.

En igual artículo se aprecia un mapa que lleva al interior rural, sobre Punta del Este. Se llega a la “Sierra del Carapé, ponto mais alto do Uruguai, a 54 quilômetros de Punta del Este, a vinícola Sacromonte (sacromonte.com) dispõe de apenas quatro suítes incrustadas nos vinhedos”. Esta oferta de alto lujo propone un número acotado de habitaciones, de alta sofisticación. Otra vez, la relación con Brasil está instalada: “Vizinha da Sacromonte, a Viña Edén (vinaeden.com) tem DNA brasileiro —os proprietários são um casal daqui que vive há anos na região”. Visitar la slow town lindera, Pueblo Edén, encanta a su vez el paseo por esas “impactantes” bodegas. La rusticidad es alabada, los paseos por el campo a caballo, en una cobertura hecha mediante enviado especial por invitación del Instituto Nacional de Vitivinicultura do Uruguai.

Marcos Nogueira, periodista enviado en 2020 a las Bodegas Garzón por invitación de dicha empresa para participar de la “festa da colheita” en marzo de aquel año, escribe: “Colhi um ou dois cachos de uva na Garzón, vinícola mais moderna e mais rica do Uruguai. Também é a mais premiada, apesar de extremamente jovem —as primeiras mudas de videira chegaram em 2008, a primeira safra é de 2010, e a sede de enoturismo abriu ao público em 2016”³¹³.

³¹³ VINÍCOLAS URUGUAIAS são boa opção para os amantes do enoturismo. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 5.out.2021. Disponible:

Su texto, publicado en 2021 a partir de una visita realizada a día del inicio de la pandemia por COVID. En tal sentido, la radicación en la zona del empresario brasileño Mario Cohen, quien según FdSP no extraña en el área los holofotes que tanto lo persiguieron cuando fue esposo de la actriz de Globo Carolina Ferraz, retrata una “(...) *paixão pelo campo vem da Europa*”, donde al ser entrevistado recuerda viajes en tren viendo el mundo rural, que le remitía a una felicidad que ahora busca en su monte de olivares. Esa Europa la reencuentra en Uruguay, podría leerse entre líneas, para un “(...) *executivo que falava com o presidente da República passou a ter homens simples do campo como interlocutores principais*”³¹⁴. El campo surge como civilización, en vez de hacerlo como barbarie invirtiendo las premisas de Domingo Sarmiento (2009).

Algo debe quedar claro, Punta del Este y su zona de influencia son capaces de ofrecer ruralidad y con ello superar su distinción anterior, no meramente complementar un atractivo masificador: “*Na Garzón, Bulgheroni deu vida à fantasia campestre das revistas de decoração. Sua estrutura de alto luxo atende um público pouco disposto a encarar lama e mosquitos*”. Continúa el texto antes referenciado. La experiencia vivida de participar de la colecta, en un lugar de un orden y limpieza que impresionan para lo que es la vida rural. Y las experiencias toman cuenta hasta de un pueblo netamente rural, redefiniendo las formas de tradiciones de habitar el campo, inclusive de alimentarse en él, de acuerdo a públicos:

Por falar em celebração, a festa no Uruguai se transferiu, ao anoitecer, para Pueblo Garzón —um povoado parado no tempo, com ares de cenário de cinema. Na praça central do vilarejo, Francis Mallmann montou uma gigantesca cozinha ao ar livre. Também encheu o chafariz com gelo e garrafas de vinho. O seletto público se distribuiu em longas mesas sem cobertura espalhadas pela praça. Fomos servidos de empanadas, cordeiro, mexilhões, até salada de pêssegos preparadas no fogo.

Y, mientras tanto siguen avanzando esas áreas y otras, aún no imaginadas ni mencionadas como Aiguá, se revitalizan, reforman su patrimonio y buscan proyectarse para seguir avanzando hacia lo rural. Y otros destinos, como Arequita o más allá, aún no mencionado por el diario, tal vez ya llegará. El lujo presente no está al nivel de más hacia la costa, algo que parece ser diferencial del mostrar, proyectar, imaginar lugar. Lo evidente es el nivel de sofisticación de una ruralidad renovada, hacia el interior de Punta del Este donde en tiempos

<https://fotografia.folha.uol.com.br/galerias/1712814997075566-unicolas-uruguaias-sao-boa-opcao-para-os-amantes-do-enoturismo#foto-1712814997134075> Acceso: 7.out.2021.

³¹⁴ TRINDAD, ELIANE. Publicitário Mario Cohen é pioneiro entre executivos que viraram agricultores. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 28.jul.2012. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/serafina/2012/08/1127785-publicitario-mario-cohen-e-pioneiro-entre-executivos-que-viraram-agricultores.shtml> Acceso: 20.set.2020.

de disputa de tales territorios entre el Reino de Portugal y el Reino de España era descrito así: “(...) hay varios arroyos, entre ellos, José Ignacio, Garzón, Rocha, que tienen sus orillas adornadas de frondosos árboles, formado las más veces un espeso bosque, impenetrable asilo de tigres y otras fieras” (SUBCOMISIÓN DE LÍMITES, 1784).

De aquel entonces a la fecha, este ambiente que supo ser habitado por felinos tales como pumas y jaguares pasaría a ser conocido como Vaquería del Mar tras la reproducción libre de ganados introducidos por europeos (DÍAZ DE GUERRA, 1988). Transitaron desde puercos monteses a perros cimarrones también librados a su suerte en el territorio junto a reptiles, aves y diversos mamíferos nativos (MACHADO, 2008). Llegaría el alambramiento de los campos a fines del siglo XIX, a la vez que se transitaría por transformaciones continuas respecto de sus usos, así como quienes la habitan y frecuentan. Procesos que aún continúan en marcha.

4.1.4. Punta en Uruguay: playa, ciudad, campo

El escritor argentino Alan Pauls, citado por FdSP, afirma que: *"As pessoas vão à praia buscando coisas distintas, desde aparecer muito até o total anonimato"*³¹⁵. Raymond Williams (1989), a través su exhaustivo análisis de los imaginarios del campo y la ciudad históricamente sedimentados, podemos encontrar encontrar énfasis y asociaciones dispares sobre lo que se espera de un lugar o de otro. Las asociaciones a las virtudes Angelo y Campodónico (2019) encuentran que “(...) la paz, la calma, la tranquilidad y la seguridad, son pilares sobre los que se sustenta la imagen de PdE a lo largo del período, lo que a su vez, se contrapone y complementa con el “glamour”, el hedonismo y una activa vida social diurna y nocturna” (p. 97). A partir del discurso oficial, mediático, artístico y de quienes residen en el balneario o lo visitan sostienen las autoras se consagran esa imagen, que, en los últimos años dadas las transformaciones del balneario evidencian también reunir los trazos aquí expuestos de urbanidad, ruralidad y playa.

Alusiones al bosque, al verde, a lo intocado han estado presentes pero no así la emergencia de una experiencia neorural como la que expresan las chacras marítimas recientes. Algo que no era mostrado como espacio o amenidad del balneario, no se ofrecía al turista la experiencia

³¹⁵ COLOMBO, Sylvia. Escritor argentino Alan Pauls lança olhar afetivo sobre praias. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 9.mar.2013. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2013/03/1243236-escritor-argentino-alan-pauls-lanca-olhar-afetivo-sobre-praias.shtml> Acceso: 5.mai.2021.

campestre aquí consolidada al ritmo de un contraste con la vida urbana y su experiencia nerviosa (SIMMEL, 2006), crítica romántica al ascenso de la vida urbana que impulsó el desarrollo del turismo y continúa haciéndolo. Mientras que el *Plan Nacional de Turismo Sostenible 2019 - 2030* insiste en que el turismo cuenta con un “(...) rol fundamental en el desarrollo socioeconómico de los países, generando ingresos, creando empresas y puestos de trabajo y desarrollando infraestructuras” (p. 17), se sostiene que se ha de “(...) propender a la sostenibilidad de la actividad turística en todo el territorio nacional, respetando –especialmente– la sobre ocupación de los destinos y las dinámicas costeras y litorales” (p. 19). Ese mismo documento advierte que el afán de inversión en el área puede resultar en el incumplimiento de normativas de ordenamiento territorial, además de desafiar la capacidad de carga como recién se menciona, a la vez que el turismo puede resultar en oportunidad de valorizar los atributos ecosistémicos a preservar.

“Rusticidade e simplicidade não significam desconforto, insegurança ou falta de higiene”, señala Luiz Godoi Trigo (2010, p. xxiii) en el prefacio de *Teoria e prática do Turismo no espaço rural*, mientras retrata progresiva transformación en las sensibilidades y prácticas contemporáneas del turismo. Un modelo más allá del turismo masivo estandarizado pasa a ser valorado, a través de imágenes que promueven valores de sostenibilidad y relación con la naturaleza que evocan el disfrute del turista más allá de la hegemonía del confort de destinos de sol y playa. Mientras lo rural incorpora parámetros de atención hotelera en sus instalaciones de recepción turística, la infraestructura urbana costera de turismo dialoga con tales ofertas y se vuelve a sí misma descontracturada a la vez que refuerza un carácter agreste, en respuesta al avance urbanizado.

Un apelo al primer Punta del Este - aquel sin edificios - revive en la frecuentación de su litoral este de magro nivel de edificación, a la vez que se convive con un Punta del Este urbano que continúa creciendo al borde, siempre difuso, de aquel ruralizado. La playa acompaña ambos escenarios. Aquella imagen de que “Punta del Este lo tiene todo” es retomada por Campodónico y Ángelo (2019) en un amplio análisis de la imagen de Punta del Este en el período 1960 - 2002 realizado desde Uruguay, sosteniendo que la misma “(...) ha ido moldeándose para mantener vigencia, pasando de ser no sólo destino turístico, sino también destino de inversiones y de segundas residencias” (p. 103). En tal sentido, la ductilidad del destino desde su origen como poblado de pescadores con hosterías modestas y luego suntuosas, se ha impulsado y diversificado. “La imagen de PdE ha permanecido y se ha

reafirmado acompañando los cambios, porque se la definió implícitamente y en otros casos de manera explícita como «el motor turístico del país» “ (p. 103).

4.2. Lugar al que ir para brasileños

*Conhecer o Uruguai pode ser uma experiência surpreendente ao viajante brasileiro. O país, que já foi colônia ibérica, chamou-se Cisplatina e integrou o território brasileiro no começo do século 19, possui, além de belezas naturais, um rico patrimônio cultural e uma realidade social de fazer inveja ao Brasil³¹⁶
Seja por conta da fama dos cassinos, das praias sofisticadas, da proximidade geográfica ou da segurança pública superior à média na região, o Uruguai vem caindo no gosto do turista brasileiro³¹⁷.*

No sólo Punta del Este, Uruguay acompaña el gusto brasileño. A pesar del artículo ser escrito por colaboradora en PdE contratada para cubrir el verano de 2013 en la zona balnearia, sus redacciones llevan al país. Punta del Este ha surgido como vía para enseñar aquella seguridad y otros méritos, para poner sobre la mesa a un Uruguay que da más que el sosiego “*passadista*” montevideano y las reminiscencias patrimoniales de Colonia. El área balnearia esteña, a partir de 1997, ha ofertado los 12 meses del año una estructura de recepción de turistas, algo capaz de complementar itinerarios por Colonia y Montevideo. En la temporada estival de flujo intensivo de turistas, adquiere foco mientras el resto del año tanto Montevideo como Colonia ganan protagonismo. Punta del Este en su continua extensión se amalgama a un José Ignacio en franca expansión de su proyección, a la vez que proliferan poco a poco chacras marítimas, viñedos con sus respectivas bodegas y olivares. Aunque FdSP no abunda en menciones, emerge Pueblo Edén así como otros puntos en el mapa uruguayo tales como Cabo Polonio, a dos horas de distancia, captan crecientes miradas. Los argentinos saben y conocen, un público brasileño cautivo y potencial aprende a dimensionar y considerar al país.

La inauguración de un aeropuerto, el ascenso de los cruceros, la mejora de las rutas que conducen al balneario incidieron en más llegadas al país y su reconocimiento, identificación a través de PdE pero más allá. No surge como metonimia de Uruguay, tal vez lo intenta Mdeo aunque quienes conocemos el interior sabemos que no, pero sí permite dar un Uruguay de versatilidad, de opciones varias y de calidad. Punta del Este sobresale en su magnetismo y

³¹⁶ SANTOS MENDES, Euclides. Praias fluviais do rio da Prata são atrativos no verão; Cidade Velha concentra patrimônio histórico da metrópole. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 15 mar. 2012. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/31248-museus-e-edificios-antigos-guiam-tour-por-montevideu.shtml> Acceso: 20/07/2022.

³¹⁷ VIZINHO EM alta. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 31.jan.2013. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/91437-vizinho-em-alta.shtml> Acceso: 15.abr.2021.

fabulosidad junto a una amplia oferta en expansión. Podría ofertarse PdE y Mdeo como complemento de PdE pero no tanto, salvo en cruceros. *“A menina dos olhos da economia uruguaia dos últimos anos passou a ser o turismo, hoje responsável por 8% a 10% do PIB nacional, segundo dados do governo”*, se cita en FdSP mientras se informa sobre crecimiento de economía del Uruguay. Pero no solamente allí está la incidencia de este cambio. Un circuito internacionalizado, que compite con Miami o Europa desde cerca, eso es lo que PdE ha logrado significar.

*“Buenos Aires conquistou o primeiro lugar na preferência dos viajantes, seguido pelo Rio de Janeiro. Em terceiro lugar ficou Punta del Este, no Uruguai”*³¹⁸, informaba FdSP en 2013 en base a consulta de opinión realizada por la empresa Decolar.com. Mientras ese mismo año se leía también que *“(…) o pequeno país passa a França e já é o 3º destino mais visitado pelos brasileiros”*, al influjo de un cambio favorable pero no solamente. Respecto al primer listado, Montevideo quedó relegado al séptimo lugar; respecto al segundo, ¿sin PdE podría Uruguay acercarse a tales cifras?. El posicionamiento país con su imagen simbólica y su inserción material, involucra a la zona balnearia que por brasileños se torna objeto de consideración, contemplación como con pocos de sus vecinos, apenas rivalizando con Argentina.

Un circuito cultural y social que conecta con Brasil, integra un espacio social transitado por las élites regionales que pone a PdE más cerca de sus movimientos que un barrio popular paulista como Heliópolis, aunque físicamente resulte lindero. Punta surge como un lugar más en verbetes de la columna social Ilustrada de FdSP, donde Mônica Bergamo refiere a políticos, celebridades y *socialités*. Un punto en los flujos del MERCOSUR sucede en el entorno balneario, luego en itinerarios globales. *“O longa “Nosso Lar” ganha uma pré-estreia hoje em Punta del Este, no Uruguai, no hotel-cassino Conrad”* escribía Bergamo en setiembre de 2010, prácticamente al pasar, en sus multifacéticos breves periodísticos de entre una serie de apuntes de Río y São Paulo, Campinas o Brasilia, California cuando no PdE. El hecho era digno de mención, de ser leído, de proyectación un día equis y varios otros en los que allí aparecer no es casualidad³¹⁹.

³¹⁸ SITE APONTA destinos preferidos de brasileiros em cruzeiros. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 27.fev.2013. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2013/02/1237177-site-aponta-destinos-preferidos-de-brasileiros-em-cruzeiros.shtml> Acceso: 5.mai.2021.

³¹⁹ BERGAMO, Mônica. Curto-Circuito. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 3.set.2010. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq0309201008.htm> Acceso: 5.mai.2021.

En octubre de 2015, se informa en FdSP de la lista elaborada por Lonely Planet de mejores países para visitar en 2016³²⁰. Uruguay ocupa el octavo lugar, como único país latinoamericano. Una imagen de playas puntaesteñas acompaña la foto y es sobre este balneario que inicia la descripción:

Único destino na América do Sul a figurar na lista, o Uruguai oferece cassino e praias em Punta del Este, roteiros para tomar vinho em diversas regiões e passeios históricos e culturais na capital, Montevidéu.

Recentemente, o país anunciou a manutenção da isenção de impostos para turistas em serviços como hospedagem e aluguel de veículos. O Brasil é o segundo país em número de turistas no Uruguai, atrás apenas da Argentina.

La presencia de Montevideo acompaña a la de Punta del Este, en un complemento entre la ciudad con una imagen de historia y cultura tradicional (asado, pasado vivo, arquitectura de otro tiempo, etc.), Punta del Este con sofisticación, playas y *badalação*. Colonia complementa en patrimonio cuando aparece. No obstante, Punta del Este se vuelve *cartão postal* eminente. No sólo para un público selecto, sino para otros perfiles que al menos en una accesible baja temporada anhelan recorrer los paisajes que impregnan el más alto lujo. La internacionalización de PdE, no lo pone exento de las tradiciones de un Uruguay ligado al campo, ligado a herencias culturales europeas más que originarias, garante de la estabilidad y seguridad necesaria para cimentarlo. Se toma mate en la rambla³²¹ de cualquiera de estas tres ciudades, según se puede leer en artículos periodísticos, mientras que cada una de ellas ofrece experiencias complementarias a ser vividas en conjunción durante un *feriadão* o permiten focalizar en una de ellas por igual período, superior o para tornarse asiduo visitante, cuando no residente.

4.3. La imagen de Uruguay y la imagen de Punta del Este

What countries need is for people around the world to have a richer, deeper, more complex, more nuanced, more democratic, more chaotic, more human view of their land, their population and their civilisation—not a fabricated stereotype to replace the inherited stereotype (ANHOLT, 2013, p. 11).

³²⁰ 30 DESTINOS QUE você precisa conhecer em 2016; a Ilha Grande, no RJ, está entre eles. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 28.out.2015. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/asmais/2015/10/1699240-30-destinos-que-voce-precisa-conhecer-em-2016-a-ilha-grande-no-rj-esta-entre-eles.shtml> Acceso: 6.mai.2021.

³²¹ Punta del Este: MAGALHÃES, Margarete. Geografia dá ar da graça em Punta del Este. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 9.dez.2004. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/fx0912200428.htm> Acceso: 4.ago.2020

KLIMPEL, Wesley. Conheça os destinos preferidos dos paulistanos no fim de ano e Carnaval. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 11.nov.2012. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/saopaulo/2012/11/1183088-conheca-os-destinos-preferidos-dos-paulistanos-no-fim-de-ano-e-carnaval.shtml> Acceso: 6.mai.2021.

Las identidades nacionales, sostiene Oliven (2016), se formulan a partir de contrastes, en base a oposiciones que permiten marcar una distinción. Nación y tradición clasifican, demarcan fronteras, establecen límites y operan estableciéndose puntos de referencia y marcas de distinción que agregan identidades (OLIVEN, 1992). Por ejemplo, el fútbol y la telenovela emergen como producciones distintivas de Brasil, atravesando diversos grupos de clase, si bien posiblemente despertando apropiaciones disímiles de cuanto uno y otro significan. Tal como señala Ortiz (2013), las identidades promovidas para una nación evocan intereses específicos. A la hora de proyectar imágenes de un destino y nación, su extensión sobre éstas puede desafiar o resultar funcional.

El “efecto arrastre de la imagen de PdE a todo el sistema turístico” (CAMPODÓNICO & ÁNGELO, 2019, p. 98) forma parte de la perspectiva de gestores gubernamentales y corporativos, sostienen las autoras citadas, en tanto atractor estratégico hacia el país. Al respecto, en tanto la mirada del turista se dirige hacia unos destinos y no otros, surge la interrogante de cómo, el turista, pasa a reconocer a cada destino y al país a través de las imágenes asociadas a uno y otro, así como de la síntesis y/o complementariedad de repertorios que de allí surgen. Además, imágenes en torno a la región sudamericana, así como al MERCOSUR en ella, han confluído en tales procesos.

4.3.1. País estable y seguro: ciudad apacible

En artículo de 2012 para *The New York Times*, un consultor de la agencia inmobiliaria Sotheby’s en Punta del Este es citado de la siguiente forma: “*Mr. Perazzo was comparing Uruguay to neighbors Brazil and Argentina, two countries with a history of political and economic upheavals. Argentines and Brazilians have been summering in Punta del Este and José Ignacio for decades*”³²². En un artículo del mismo año pero en *Folha de São Paulo* se lee “*O Uruguai é um país seguro, tem uma democracia muito bem estabelecida e instituições sólidas*”, argumenta Jimmy Fowler, também consultor da Terramar Christie’s, sobre o “boom” imobiliário no país”³²³. Un año más tarde, otro artículo presenta al balneario con el

³²² SINGER, Paola. Why the Charms of the Uruguayan Coast Are Drawing Homeowners. *Folha de São Paulo* [online], São Paulo, 12.nov.2021 <https://www.nytimes.com/2021/06/09/realestate/uruguay-waterfront-homes-jose-ignacio.html> Acceso: 14.nov.2021.

³²³ COSTA LESTE uruguaia se consolida como destino de milionários. *Folha de São Paulo* [online], São Paulo, 15.feb.2012. Disponible:

titular “*Brasileiros valorizam estabilidade uruguaia*”, en el cual se detalla tras el segundo título de “*Segurança e serviços*”:

Na visão de Raúl Palacios, presidente da Câmara de Comércio e Serviços do Uruguai, o que mais vem atraindo o turista do Brasil é o "diferencial" que oferece seu país, e não o fator econômico.

"O ano passado terminou como o momento mais caro do Uruguai em relação ao Brasil na última década, medido através do tipo de câmbio real. Portanto, aspectos como a qualidade dos serviços e a segurança desempenham hoje papel fundamental na hora de atrair turistas do Brasil."

Antonio Carámbula, vice-ministro de Turismo do Uruguai, faz avaliação semelhante: "Competitividade não significa apenas preço. O Uruguai é um país que oferece segurança pública, qualidade em suas águas, estradas, alimentação, saúde pública. E é estável, com crescimento e baixo desemprego"³²⁴.

Al mismo tiempo en que, en los últimos cien años, han sido acentuadas diversas narrativas tendientes a definir al Uruguay como un *país de igualdades*, han ocurrido persistentes relatos en torno del mismo como un *país turístico*. Si la primera denominación se refiere a una homogeneización del Uruguay como país democrático, educado y de *medianías* (de capas medias); la segunda lo resume como un país hospitalario, de personas amables, seguro y de apacibles paisajes a través de la noción de “*país de turismo*” (DA CUNHA et al., 2012). Tal peculiaridad se ha instalado, a pesar de aumentos en las tasas de criminalidad, en contraste con el lugar de origen. Para el caso brasileño, el diferencial de la seguridad surge como un atributo país uruguayo presente en el balneario, donde agrega valor especialmente para turistas de alto poder adquisitivo.

Mientras en 2016 FdSP anunciaba “*30 destinos que você precisa conhecer em 2016*”³²⁵, así sustentaba en ese exacto momento Lonely Planet³²⁶ parte de los méritos por los cuales dar esa colocación a Uruguay:

Se estima que el próximo año 3 millones de viajeros extranjeros visitarán Uruguay, pero cuando uno ve todo lo que ofrece la Suiza de América es raro que no sean muchos más. Emparedado entre Brasil y Argentina, Uruguay se ha convertido sin aspavientos en una sociedad progresista que cuenta con una capital, Montevideo, pequeña pero perfectamente formada; pampas donde campar cual intrépido gaúcho

<https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2012/02/1048510-costa-leste-uruguaia-se-consolida-como-destino-de-milionarios.shtml> Acceso: 10.nov.2020

³²⁴ MOTA, Denise. Brasileiros valorizam estabilidade uruguaia. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 31.jan.2013. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/turismo/1222996-brasileiros-valorizam-estabilidade-uruguaia.shtml> Acceso: 6.mai.2021.

³²⁵ 30 DESTINOS QUE você precisa conhecer em 2016; a Ilha Grande, no RJ, está entre eles. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 28.out.2015. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/asmais/2015/10/1699240-30-destinos-que-voce-precisa-conhecer-em-2016-a-ilha-grande-no-rj-esta-entre-eles.shtml> Acceso: 6.mai.2021.

³²⁶ Uruguay Texto por Jean-Bernard Carillet, autor de Lonely Planet. TOP 8 país #BestinTravel <https://www.lonelyplanet.es/blog/uruguay2016>

y mucha vida nocturna junto al mar entre el glamour de Punta del Este. Seguro que van a ser más de 3 millones.

Situado entre los dos titanes de Sudamérica, Brasil y Argentina, este pequeño país tiene mucho punch. Lo que a Uruguay le falta en tamaño lo compensa con calma, hospitalidad y carisma. Mientras sus dos ruidosos vecinos pasan de una crisis a otra, Uruguay se mantiene como un refugio de estabilidad política, buen gobierno y prosperidad (por algo es la Suiza de América). Los uruguayos pueden parecer tímidos y sencillos, pero están muy orgullosos de haber construido una de las sociedades más progresistas del continente sin conflicto social de por medio. (...)

Por ejemplo, Montevideo, que debe de ser la capital más segura de Sudamérica. Su calidad de vida no tiene parangón en el resto del continente. (...)

El país progresista se emparenta con el glamour puntaesteño, promoviendo un repertorio de imágenes heterogéneo, en el que redundan alusiones a su estabilidad, calma, seguridad y ausencia de conflictos. En complemento al fragmento citado, surgen menciones al asado, mate y cannabis que dan materialidad a la vivencia de lo uruguayo. Para las líneas antes expuestas marcha de 2002 parece haber quedado atrás entre el *punch* de una sociedad “sin aspavientos”, cual oxímoron que adquiere sentido en una confluencia de imágenes que son capaces de atraer a unos u otros dotando de complejidad a la imagen país, en línea con cuanto Anholt (2010) sugeriría como estrategia de posicionamiento capaz de mostrar cuanto puede significar el mismo, en sus ribetes múltiples, a partir de aquello con lo que cuenta que está allí para que se conozca.

4.3.2. País de igualdad: ciudad del lujo

Uma greve para protestar contra o desemprego está mobilizando o Uruguai nesta quinta-feira.

O movimento, que teve início na manhã desta quinta-feira parou comércio e bancos. Transportes, serviços de saúde e órgãos públicos estão funcionando apenas em caráter emergencial.

Os manifestantes planejam enfrentar uma proibição do governo e realizar uma marcha em Punta del Este, luxuoso balneário no país³²⁷.

En el año 2002, la central sindical uruguaya PIT CNT realizó una marcha masiva hacia Punta del Este que las autoridades impidieron de avanzar, para no perjudicar al turista. Un hito, en tiempos de avance exacerbado de la pobreza y desempleo, sobre el privilegiado balneario. Señal inexorable de un momento ápice de la fractura social que hacía décadas crecía en el

³²⁷ URUGUAI PÁRA em greve contra o desemprego. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 24.jan.2002. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/bbc/ult272u7946.shtml> Acceso: 6.mai.2021.

Otras dos notícias hicieron referencia: GREVE GERAL pára Montevideu; marcha atravessa Punta del Este. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 24.jan.2002. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u40335.shtml> Acceso: 6.mai.2021.

SANDRINI, João. Argentina "exporta" crise e também "panelaços" ao Uruguai. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 24.jan.2002. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u40316.shtml> Acceso: 10.mai.2021.

país, que la crisis disparó. Ese momento de ruptura, dejaría huellas en la historia de las manifestaciones populares en el país.

En la primera mitad del siglo XX se difundió una visión de Uruguay como país de “*inusual vocación igualitaria*” (CAETANO e AROCENA, 2014, p.113), algo que se hacía eco en notas de prensa y relatos de viajero como la célebre publicación *L'uruguay pays heureux* de Albert Gilles (1952). Intelectuales como Carlos Real de Azúa describieron esa particularidad a través de las conceptualizaciones de “*país de las cercanías*” (REAL DE AZÚA, 1984). *Suiza de América* es desde entonces un denominativo en boga para referir la singularidad de un país que, tras avances modernizadores iniciados en la década de 1870s (RAMA, 1984). Mientras que, por otro lado, María Díaz de Guerra sostiene que:

(...) el contacto veraniego de hoy entre los vernáculos habitantes de la ciudad de Maldonado y la marea internacional de turistas, que con su poder económico y su elevado nivel de vida, su desprejuicio, inciden profundamente en la vida, en las costumbres y en el pensamiento, de estas gentes uruguayas, que viven en una parte del país distinta de las demás (1989, p. 69).

Ante la progresiva expansión y masificación del turismo en Mar del Plata desde la década de 1930 a través, primero, de políticas locales del gobierno socialista y luego nacionales del peronismo (SCHENKEL & GARCÍA, 2015; PASTORIZA, 2011), Punta del Este emergía como un escenario de bosque y mar a ser moldeado a su gusto (TROCHÓN, 2017). Los festivales de cine de la década de 1950 consagraron un sello interbaccional y sofisticado que no cesaría su curso. La elitización allí surgiría. En entrevistas a antiguos residentes de PdE, Mariciana Zorzi y Gabriela Campodónico (2019) afirman que “Los relatos expresan cómo los visitantes y su demanda de productos importados y servicios de calidad, influyen en la construcción de la imagen de Punta del Este, asociada a la exclusividad y al lujo” (p. 245). La demanda del turista, las acciones de privados y la acción gubernamental progresivamente adaptaron su oferta a las características de los selectos visitantes.

Mientras tanto, Uruguay era celebrado como un país de clases medias que, a su vez, demostraba escasa distancia entre los diferentes estratos que componían a los integrantes del enjuto territorio nacional (SOLARI, 1964). Era aquella una sociedad del “*nai des más que nai des*”³²⁸ (CAETANO y AROCENA, 2014). Tales apreciaciones perdieron vigor de manera abrupta en la segunda mitad del siglo, aquel aplaudido período de igualdades fue sucedido por otro donde sobresalieron la retracción económica y un marcado

³²⁸ Forma coloquial e informal para indicar que “ninguém é mais que ninguém”, representativa de una amplia abrangencia de sectores sociales.

estancamiento en diversos ámbitos de la esfera nacional (AROCENA y CAETANO, 2014). Restaría entonces, a duras penas, un “largo adiós al país modelo” (FILGUEIRA y FILGUEIRA, 1989, p. 69), entre esfuerzos por la contención del gasto público y reducción del déficit fiscal, que no podrían evitar la llegada de una aguda crisis en 2002.

Igualmente, en ese último período, el país lograría “(...) amortiguar los efectos sociales negativos de los procesos de apertura y de ajuste macroeconómico” (PNUD, 1999, p. 39). A partir de 2005, “(...) un abrupto viraje político-ideológico y también económico” (op. cit.) al llegar la izquierda al poder, impulsando un proceso de recuperación que mantiene al país en crecimiento desde 2003. El país otrora conocido por sus conquistas democráticas, recuperaría una favorable notoriedad internacional³²⁹ por su renovada estabilidad económica, revigorizadas políticas sociales e inclusive por la aprobación de “tres leyes innovadoras” en relación a la despenalización del aborto, la regulación del mercado de la marihuana y el matrimonio igualitario (AROCENA y AGUIAR, 2017) , además de la popularidad global de José Mujica que gobernó o país entre 2010-2015.

La noticia “Ex-guerrilheiro assume o poder no Uruguai e prega "austeridade"”³³⁰, se lee:

Com sua mulher, a senadora Lucía Topolansky, passou a viver em uma chácara na periferia da capital, onde se dedicou ao cultivo de flores. Conhecido por seu estilo despojado, Mujica declarou recentemente, por exemplo, que pensa em vender a residência presidencial no balneário de luxo de Punta del Este³³¹.

Punta del Este es referencia, su mención sirve de contrastación a un modelo. En colaboración para Folha, la brasileña radicada en Uruguay desde ... y conocedora del balneario, relata a brasileños interesados en conocer Punta del Este que: “Sua clientela cativa é formada por endinheirados argentinos e, cada vez mais, brasileiros, conjunção que faz com que a praia seja um caso à parte na paisagem social uruguaia.”³³². El asiduo veraneante argentino

³²⁹ Artículos periodísticos tales como *Uruguay's Quiet Democratic Miracle* (NEW YORK TIMES, 2016), en el cual es destacada la singularidad democrática del país en la região, y *Earth's got talent* (THE ECONOMIST, 2013) en el cual Uruguay es distinguido como país del año, reflejan los nuevos tiempos a partir de una óptica extranjera.

³³⁰ MOTA, Denise. Ex-guerrilheiro assume o poder no Uruguai e prega "austeridade". Folha de São Paulo [online], São Paulo, 1.mar.2010. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/bbc/2010/03/700539-ex-guerrilheiro-assume-o-poder-no-uruguai-e-prega-austeridade.shtml> Acceso: 15.mai.2021.

³³¹ URUGUAI PÁRA em greve contra o desemprego. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 24.jan.2002. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/bbc/ult272u7946.shtml> Acceso: 6.mai.2021.

³³² MOTA, Denise. Zuckerberg e Ronaldo estão entre os habitués de Punta. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 31.jan.2013. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2013/01/1223027-zuckerberg-e-ronaldo-estao-entre-os-habitués-de-punta.shtml> Acceso: 6.fev.2021.

comprometido con el lugar y el elitizado brasileño que se acerca cada vez más, componen un lugar de excepción.

Em Punta del Este, com vários hotéis exclusivos, carros de muitas cilindradas e restaurantes requintados, refúgio habitual da "alta sociedade" local em temporada de verão, a imagem de Mujica, que vive em uma humilde chácara nos arredores de Montevideú, foi recebida "como um ícone" por seus visitantes, segundo disse à Agência Efe o proprietário da loja Mutate, Gonzalo Massa³³³.

A pesar de orígenes, trayectorias e ideología del presidente José Mujica su gestión no atemorizó a las elites veraneantes, sino que Folha informa la simpatía generada por una “almofada” (almohada) con su rostro, éxito de ventas en el verano 2014. Una ironía de los mercados, capaces de absorber sus críticas cuando las prácticas no les regulan.

Uruguay estuvo marcado por un proyecto de fuerte homogeneización social desde principios de siglo, a partir del protagonismo de un Estado regulador extendido a lo largo de su territorio (FILGUEIRA et al, 2003). Ese proceso terminó consolidándose en un imaginario social de “sociedad hiperintegrada” (RAMA, 1984). A pesar de ello, como sostiene Radakovich (2011), mientras que por un lado “(...) los valores, prácticas y gustos de las clases medias constituyen el patrón socialmente ‘aceptado’ de ser uruguayo; el estilo socialmente legítimo de vida” (p. 260), ésta suele orientarse “imitando a la clase alta en su afán de internacionalización y por otro, adopta gustos populares como el carnaval o se aferra a la tradición a partir de la música popular y del folclore para mantener cierta conexión con los sectores populares” (p. 260). Se muestra constantemente el gusto de la clase alta, que puede ser juzgado como dispendioso sin que deje de ser tolerado y, a la vez, deseado. Al respecto las imágenes de PdE no ahondan, convive el país de los derechos sociales y la democracia igualitaria con el balneario del lujo que allí pudo forjarse.

La selectividad en el gusto legítimo del uruguayo, puede dejar fuera a PdE por inaccesible y tal vez más internacional que uruguayo, pero no deja de interesar ante tantos que lo desean ver y consumir en TV y otros medios (CAMPODÓNICO & ÁNGELO, 2019). Asimismo, al decir de Diaz Pellicer (2012), existe un acuerdo tácito entre tomadores de decisión y parte de la sociedad civil sobre la incidencia del turismo en sostener las condiciones de vida del país, dada su incidencia. Punta del Este. No obstante, la multiplicación en el departamento de Maldonado de “paraísos exclusivos” (VARELA, 2017), entendidos como “condominios cerrados en altura dentro de la trama consolidada, o como enclaves residenciales privados, de

³³³ ALMOFADA COM rosto de José Mujica faz sucesso em Punta del Este. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 9.jan.2014. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2014/01/1395352-almofada-com-rosto-de-jose-mujica-faz-sucesso-em-punta-del-este.shtml> Acceso: 15.mai.2021.

carácter cerrado con gran consumo de suelo y fuerte transformación del medio físico y ambiental” (VARELA, 2017, p 108), así como recurrentes excepciones a la normativa de la construcción (SCIANDRO y ZEBALLOS, 2019) desafían la sociedad igualitaria, tanto como los procesos de segregación residencial de la propia capital del país (KAZTMAN & RETAMOSO, 2016). Las “urbanizaciones privadas” (SEGURA, 2019) o “enclaves fortificados” (CALDEIRA 2001), demuestran un crecimiento sostenido(GADINO et al, 2022) en busca de acceso privilegiado al paisaje, amenidades, seguridad y/o privacidad garantizadas. Estas edificaciones, loteamientos y urbanizaciones sirven a visitas temporales, en mayor o menor grado recurrentes y duraderas, deviniendo inclusive en una potencial residencia definitiva.

Ambas caras de Uruguay conviven, ante la ausencia de persistentes imágenes proyectadas que remitan a su contradicción. El medio analizado y otros que servirán de contraste, no tienden a presentar una disputa de imágenes, o inconsistencia, sino una ambigua convivencia. Más allá de menciones puntuales a la fractura social que se sostuvo durante la crisis de 2002 mientras PdE era motor o consecuencia de ello. No se proyecta una u otra postura notoria al respecto desde FdSP.

4.3.3. País progresista: ciudad liberal

La tríada Mdeo - PdE - Colonia como destinos mediadores para el conocimiento de Uruguay. Una materia de 2012 en la que se propone destinos a visitar en Carnaval, sugiere visitar Montevideo en tanto el país al que pertenece ha quedado “(...) *em evidência recentemente devido às ideias liberais de seu atual governo, a capital uruguaia merece uma visita e um tempinho para o mate, uma tradição no país*”. El país otrora conocido por sus conquistas democráticas, recuperaría una favorable notoriada internacional a través de la aprobación de “tres leyes innovadoras” (AROCENA e AGUIAR, 2017), en tono al matrimonio igualitario, la despenalización del aborto y la regularización de la venta y autoproducción de marihuana. También a raíz de la popularidad de José Mujica, que gobernó el país durante el período 2010-2015, en el que tales normas fueron legisladas (ibid.), quien no estaría ausente de las portadas de Folha.

Las reformas antes indicadas, llevaron a una especial atención al país. En PdE, sus manifestaciones ameritaron noticias. La mirada sobre PdE, las materias que anticipaban una

invasión, tuvieron su auge antes, en 2011, no obstante los ojos puestos en Uruguay se infiere contribuyeron a miradas sobre PdE. Al mismo tiempo, mirar Uruguay y encontrar allí PdE representa una contradicción, tal vez, a un refuerzo de la versatilidad, pujanza y capacidad de lo grande o bien logrado del país. Uruguay surge, acaso, como confirmación de PdE y no como contradicción. El balneario, en su europeizada imagen de lugar de vanguardia y experimentación, de una apertura en su capacidad de estar en lo nuevo, ha evocado referencias en tal sentido.

En 2001, la sección Mercado informaba sobre estrategias del sector turístico argentino para controlar la fuga de turistas del país fuera del mismo. Se informa entonces un aspecto que ha estado presente, en la época, desde diversas menciones. Allí se lee “(...) *Mar del Plata se debate sobre a possibilidade de instalar uma praia de nudismo para concorrer com o Uruguai, onde o topless passou a ser permitido em praticamente todas as praias*”. En la época, otras noticias anuncian que PdE tomó esa medida de *topless* para responder a la crisis, ser más atractivo. El nudismo, de hecho, ya se practicaba desde antes.

En 2012 encontramos notas como esta tomada por la sección Turismo desde France Press, en torno a la inclusión en materia de población LGBT+:

"Temos que trabalhar mais nos restaurantes, para que não aconteça - como aconteceu há pouco- a expulsão de dois homens que tinham se beijado. Em Punta del Este isso está superado, mas em Montevideu ainda falta muito", disse. Segundo o empresário, os pontos mais visitados do país pelo setor são Colonia (180 km a oeste, em frente a Buenos Aires), Punta del Este e Montevideu. "Na Argentina muitos setores (gay) friendly fazem pacotes para o Uruguai - Colonia ou Punta del Este - como parte do passeio a Buenos Aires. Mas também temos cada vez mais turistas brasileiros", informou³³⁴.

Por otro lado, emerge la imagen de un país liberal que no tiene a PdE como lugar singular de apertura sino que desde legislaciones provenientes de la capital del país, legaliza por ejemplo el consumo de la marihuana. La nota de 2018 “*Uruguai tem queda nos crimes do narcotráfico após lei da maconha*” transmite un impacto positivo de esa norma, así como indica que se respeta la misma con regulación, campañas publicitarias y una imposibilidad de acceso a extranjeros cuyo cumplimiento se observa, según se narra:

³³⁴ URUGUAI ATRAI cada vez mais turistas homossexuais. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 7.fev.2012. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2012/02/1045191-uruguai-atrai-cada-vez-mais-turistas-homossexuais.shtml> Acceso: 15.mai.2021.

A Folha percorreu algumas praias na região de Punta del Este. Apesar de ter testemunhado consumo ao ar livre (a posse para uso pessoal é permitida), não encontrou nenhum estrangeiro que tenha comprado legalmente³³⁵.

En esos días, la autora de la nota había acompañado una Conferencia de Cannabis realizada en Punta del Este. Aparte del texto del que proviene la cita anterior, Sylvia Colombo corresponsal de Folha para América Latina, también publica “*Evento no Uruguai aborda uso da maconha medicinal e efeitos paliativos*”³³⁶. El artículo trae información, contrapone relatos distorsionados sobre efectos y usos medicinales, sin mayor mención a PdE aunque la mera asociación en título da relevancia a la asociación con el balneario como un lugar uruguayo que se integra a estos cambios y no les da la espalda, absorbiéndolos.

Aunque, por otro lado, la materia de 2014 “*Maconha é consumida abertamente em Punta del Este*”³³⁷, trae un recorrido por el balneario en el que fumar en el que “um cliente acendeu um cigarro de maconha no meio da varanda do local, muito frequentado por celebridades brasileiras, argentinas e uruguaias.” Algo que se describe como un hecho inédito, no obstante la nota manifiesta un tono positivizante con testimonios en los que más allá de una presencia esporádica de la marihuana y su progresiva naturalización, no habría aumentado el consumo. Se relata cómo las farmacias no venden marihuana a turistas, a pesar de recibir consultas.

Nesta sexta-feira (12) e neste sábado (13) ocorre, em Punta del Este, a Conferência da Cannabis, que reunirá especialistas uruguaios e estrangeiros para debater o uso de produtos feitos a partir da marijuana para a medicina.

En nota breve de 2014, en sección folha na corrida se lee uno de los pocos mensajes con tono negativo: “*Maconha faz brasileiro desistir de imóvel*”³³⁸. Sobre lo que se lee “(...) a lei que regulamenta a venda da maconha no Uruguai levou o advogado e ex-deputado federal Arnold Fioravante, 82, a desistir de comprar um apartamento no balneário de Punta del Este”. Según

³³⁵ COLOMBO, Sylvia,. Uruguai tem queda nos crimes do narcotráfico após lei da maconha. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 12.jan.2018. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2018/01/1949895-uruguai-tem-queda-nos-crimes-do-narcotrafico-apos-lei-da-maconha.shtml> Acceso: 15.mai.2021.

³³⁶ COLOMBO, Sylvia. Evento no Uruguai aborda uso da maconha medicinal e efeitos paliativos. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 12.jan.2021. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2018/01/1949896-evento-no-uruguai-aborda-uso-da-maconha-medicinal-e-efeitos-paliativos.shtml> Acceso: 15.mai.2021.

³³⁷ MACONHA É consumida abertamente em Punta del Este. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 12.jan.2014. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/mundo/147398-maconha-e-consumida-abertamente-em-punta-del-este.shtml> Acceso: 15.mai.2021.

³³⁸ GENOINO ALUGA casa por R\$ 4.000 no DF. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 17.jan.2014. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/corrida/148066-rapidas.shtml> Acceso: 15.jan.2021.

se argumenta, la incapacidad de control del acceso a la droga lo desestimularía. Noticia anecdótica, menor, que no encuentra otras equivalentes y/o críticas.

4.3.4. Del país “pacato” y “passadista” al país “descolado” y “badalado”

O estilo de vida cilense deveria ser, a partir de seus próprios idealizadores, propagado internacionalmente como um “cartão-postal”, marca da nova metrópole carioca moderna e capitalista que todos deveriam conhecer (O, DONNELL, 2014)

Mientras que Julia O'Donnell en epígrafe expone las ambiciones sobre el estilo de vida de la sociedad de Copacabana, Ipanema y Leblon a principios de siglo XX, ¿qué evocan los epicentros del turismo uruguayo a principios del siglo XXI? La nota “Uruguay é logo ali: País vizinho atrai com ar passadista”³³⁹, en pocas palabras sugiere a un público lector brasileño visitar Montevideo o Punta del Este en un ejercicio de contrastes entre las imágenes de uno y otro:

Se no futebol, comparado aos vizinhos latino-americanos, o país não vai muito bem atualmente, no turismo ele cresce cada vez mais. O número de visitantes na capital Montevideu e no balneário de Punta Del Este, por exemplo, só aumenta. Por lá, não param de surgir mais e mais cassinos, bares, restaurantes e hotéis cinco estrelas. Outro destino que encanta os viajantes é a pequena Colônia do Sacramento, na fronteira com Buenos Aires, capital argentina. Fundada por portugueses, a cidade mantém intacta a arquitetura colonial e o clima de província interiorana³⁴⁰.

Montevideo trae reminiscencias pasadas, Colonia aires interiorianos y patrimoniales, Punta propone *badalação*, casinos y lujo hotelero a la vez que, como se ha visto antes, también ofrece rusticidad en su último tiempo como parte de su oferta propia o circundante -según se clasifique, pues difuso ello surge. Lo pacato o en exceso tranquilo, atrae, lo dinámico también y el adjetivo vibrante puede ser usado para ello. Una vez más, Punta aparece como contraste en diálogo con el resto del territorio, variedad y complemento a la vez. En columna de 2017, el periodista y conductor televisivo Zeca Camargo escribe una nota que reconoce su olvido de lo vivido al viajar a Montevideo décadas atrás, apenas recuerda Punta por su alto lujo: “Fui às festas descoladas, tomei drinques nas poltronas nas areias, tirei fotos na escultura dos dedos na praia Brava”³⁴¹.

³³⁹ URUGUAI É logo ali. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 13.out.2011. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/fx1310201101.htm> Acceso: 15.mai.2021.

³⁴⁰ URUGUAI enfrenta a França hoje; sabia mais sobre a "La Celeste", 11 jun. 2010. Disponible en: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/livrariadafolha/749304-uruguai-enfrenta-a-franca-hoje-sabia-mais-sobre-la-celeste.shtml> Acceso: 15.mai.2021.

³⁴¹ CAMARGO, Zeca. Foi bom no Uruguai, não foi? Folha de São Paulo [online], São Paulo, 28.jan.2016. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/zecacamargo//2016/01/1734150-foi-bom-no-uruguai-nao-foi.shtml> Acceso: 4.mai.2021.

En ese artículo y en otros, Montevideo aparece como una reversión apacible de Buenos Aires, mientras Punta del Este surge singular en sí misma, como mucho una copia de algo más lejano y difícil de alcanzar entre Las Vegas y La Toscana. Colonia, también capta singularidad así como ofrece un encuentro patrimonial con un nexo común a Brasil como es Portugal, desde la calma uruguaya.

4.4. Entre contrastes y continuidades: Uruguay y su principal balneario

*“O Uruguai, nosso pequeno e simpático vizinho ao sul, ganhou a Copa de 1930. Depois, meteu o Maracanazo nossas goelas abaixo, quando perdemos a final de 1950 em pleno Rio de Janeiro”*³⁴², inicia un artículo reciente sobre el clásico plato puntaesteño chivito. El nexo con el fútbol lleva a Uruguay y de allí se llega a Punta del Este, en párrafos anteriores otro ejemplo similar aparece. El diálogo Uruguay - Punta del Este está desde Brasil, no es una ciudad global aparte, ni una ínsula de argentinos si bien su fuerte presencia está y se da a conocer, hasta convoca en tanto es presencia de una élite que por algo escogió allá. Puesto que, la capacidad de incidir en otros estimulando su deseo o interés, antes que la imposición, tal como formulara Joseph Nye (2010), es capaz de resultar en un cometido de relevancia para las naciones, en términos de conquista de interés sobre sí y reputación en forma de, según aquel cientista social, *“soft power”* (*ibid.*), interesa escudriñar sobre las asociaciones desde PdE sobre esa esfera mayor.

Punta del Este surge habitualmente en relatos, notas, anuncios como una contracara del Uruguay modesto y de clases medias. En tanto interpela una construcción homogeneizadora al respecto, heterogeneiza la construcción de la marca país con los elementos simbólicos que permite atribuirle. Esta investigación busca indagar sobre los ecos de la imagen país de Uruguay y de la imagen de destino de PdE en medios de prensa argentinos y brasileños de relevancia, la cual se construye en una compleja interrelación entre las narrativas que emergen de publicidades, artículos de prensa relatos de viajeros, realizaciones audiovisuales, guías de viajeros, etc. .

³⁴² NOGUEIRA, Marcos. Chivito, um sanduíche bruto, é primo uruguaio do x-tudo brasileiro. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 28.jul.2022. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/receitas-do-marcao/2022/07/chivito-um-sanduiche-bruto-e-primo-uruguaio-do-x-tudo-brasileiro.shtml> Acceso: 29.jul.2022.

Se muestra un Uruguay conectado con Brasil y el mundo, a través de referencias a personalidades y lugares, a la comunidad afrouruguaya. Una lectura realizada por quien apenas conoce el destino Punta del Este o el propio Uruguay, asoma un cierto exotismo y cosmopolitismo que promueve lecturas otras de Uruguay diferentes del país pacato y sobrio que se observa en aquellos artículos sobre un país ligado al argentino, país europeizado. Lo indiscutido, al mirar no sólo cada destino sino el conjunto y la complejidad de la oferta de Pde. Asimismo, si tomamos la Ley Nacional de Turismo que indica que la actividad turística significa “(...)un trascendente factor de desarrollo cultural, económico y social, tanto para las naciones como colectivos cuanto para los individuos en particular” (Ley N° 19.253), podemos observar un factor de confluencia más allá de la imagen PdE en las condiciones de infraestructura - en eventos, por ejemplo- para el país, así como en tracción de inversiones desde su imagen.

Se logra articular al menos parcialmente con los principales diagnósticos sobre el sector turístico uruguayo hasta el momento (CAMPODÓNICO, 2017; MINTUR, 2009; MINTUR 2019; SILVA & GELABERT, 2011), sobre la necesidad de diversificar la oferta (focalizada en el turismo de sol y playa) algo que se logra con la vitivinicultura o los eventos. Por otra parte, aunque las regiones de interés continúan concentradas en el litoral, se avanza hacia una aproximación al interior más cercano con ofertas que desestacionalizan trascendiendo la concentración de la actividad en el verano mediante, por ejemplo, la viticultura y olivicultura. Superar la dependencia de Argentina como destino emisor, continúa como un desafío aunque las imágenes en el último período proyectadas. Las condiciones promovidas para que así sea atraen a otros vecinos de la región como Brasil, Paraguay y Chile, también a Europa y América del Norte.

4.5. Uruguay en Punta del Este, hacia Brasil

A través del estudio de las imágenes de Brasil proyectadas en las últimas décadas la folletería sobre el país disponible en Reino Unido, sobresalen el pasado colonial y la exuberancia de esta nación tropical (SILVEIRA & LEAL, 2020). Mientras que estudios similares desde folletería accesible en Francia destaca la sensualidad del pueblo brasileño, frente a una dominancia de imágenes promotoras de un Brasil cómo y seguro desde proyecciones para Alemania (SILVEIRA & BAPTISTA, 2019). Por otra parte, un estudio de la última década releva imágenes sobre Brasil desde los países andinos, en los cuales sobresale el carácter

amigable de los brasileños, su pujanza económica y su riqueza tanto cultural como patrimonial (AYALA et al., 2016). Ahora bien, ¿cómo desde se proyecta Uruguay a través de PdE? O, mejor dicho, ¿cómo lo hace a través de SP hacia un receptor mayoritariamente de capas medias del Sudeste brasileño?

La disputa o complementariedad entre asociaciones al Uruguay en torno a patrimonio, arquitectura, cultura playas, glamour, eventos, salas de divertimento, infraestructuras de hospedaje así como residencia, con otras rurales de contemplación y actividad campestre nutren una tríada identificable para brasileños como Punta - Montevideo - Colonia y la emergencia de destinos contiguos como Carmelo, Cabo Polonio y José Ignacio, aunque este último habitualmente interligado con PdE. Tales dimensiones para imaginar al país podría resumirse en: playa, cultura y campo.

A a su vez, Punta del Este consolida cuanto más nos acercamos en el tiempo facetas de esas imágenes en su área como un potencial de su proceso de diversificación, bodegas y cabalgatas a su vez, encuentra en centros culturales, museos y galerías de arte, e inclusive un acervo arquitectónico colonial y patrimonial, a pesar de rara vez mirados desde Brasil este último, condensan una diversidad nacional presente a su vez al interior de PdE. El análisis de documentos aquí realizado sugiere que esa diversidad de un país que remite a tales asociaciones sedimentadas y emergentes, a la vez que encuentra expresiones de las mismas aún al interior de PdE, allí condensados. A su vez, la marca balnearia engloba dentro de sí atributos de consolidados y emergentes destinos, en su esfera.

Mientras que el comportamiento del turista acompaña en los últimos años una “(...) transición del espectador al partícipe y los destinos comienzan a diferenciarse para competir por las actividades y emociones que ofrecen al turista” (ANGELO et al., 2020, p. 20). Uruguay se muestra como país multidesfina con un PdE en consolidación a través del recorte propuesto por periódico del Sudeste brasileño de amplia cobertura como FdSP. Punta del Este demuestra haber ofrecido al menos en las últimas dos décadas, progresivamente, tanto atractivos para un turismo de masas ligado al sol, la playa, la vida nocturna y otros consumos culturales para grandes públicos como también propuesta; así como también experiencias cada vez más numerosas de encuentro con prácticas locales de alimentación, ruralidad, vida urbana y consumo cultural. Entre otras que permiten encontrar experiencias de involucramiento, activo y no sólo de ocio contemplador, personalizando su oferta desde lo urbano, rural y costero.

A la vez, atributos nacionales permiten mirar al destino tornándolo objeto de curiosidad en sus contradicciones o confirmación de una particular confluencia de singularidades del país latinoamericano. El apelo igualitario, progresista y la parquedad atribuida al país fomenta su puesta en diálogo con PdE, contribuyendo a aquella diversificación, sin amenazar la coherencia de las identificaciones que el lugar promueve.

5. Imágenes de Punta del Este y Uruguay desde otras latitudes y referencias

O Globo Repórter nos leva hoje ao país do bem-viver, o menos corrupto, o menos violento e mais alfabetizado da América Latina. Nas cidades uma vida sem pressa, nenhum engarrafamento e internet de graça em qualquer lugar. Nas escolas públicas, um computador para cada aluno. Na mesa a melhor comida do mundo, carne de fama internacional, pescados fresquíssimos, iogurtes, doce de leite, pães, vinhos deliciosos, e até azeites, tudo produzido na própria terra. No campo, paisagens deslumbrantes, e um litoral pra lá de charmoso. Se você está achando isso muito distante, saiba que estamos falando de um povo vizinho (GLOBO REPÓRTER, 2013).

El mensaje optimista del programa de documentales de viajes más vistos de Brasil, miran ese litoral “*pra lá de charmoso*” que remite a un Punta del Este cuya imagen “*(...)como el principal balneario del país, convirtiéndose en la carta de presentación que utilizará el país a nivel internacional*” (CAMPODÓNICO y ÁNGELO, 2019, p. 15). A través del análisis en capítulos anteriores realizado desde Folha de São Paulo, se evidencia la persistencia de imágenes así como giros hacia nuevas referencias sobre qué mirar y qué se muestra del destino Punta del Este y a través de allí de Uruguay.

A continuación *La Nación* (LN) de Argentina y *Zero Hora* (ZH) de Rio Grande do Sul servirán de contrapunto para situar, contextualizar y mejor analizar las imágenes y miradas sobre de PdE que desde la centralidad paulista de Folha de São Paulo se proyectan para paulistanos, especialmente, y brasileños en general. Asimismo, otras fuentes de imágenes serán consideradas en este capítulo, para enriquecer el análisis aquí propuesto y las conclusiones finales. Un relevamiento exploratorio de los diferentes contenidos de prensa generados en torno a Punta del Este, vehiculados así como disponibles en portales electrónicos de ambos medios, sustentan el análisis cualitativo a desarrollar para este apartado.

5.1. La Nación

“Punta del Este fue proyectada y construida - en gran medida - gracias al aporte argentino (...). Para los argentinos el balneario era no sólo un lugar donde « se pasaba bien » - el paraíso del ocio - sino que lo sentían como propio, olvidando con naturalidad su calidad de extranjeros” (TROCHÓN, 2017, p. 484). Los argentinos, integrados a “un territorio que, gradual e inconscientemente, fueron considerando como suyo” sostiene la autora (p.16), resaltando su “autopercepción localista” que lleva en incontables ocasiones a describirlo

como una extensión de Argentina, cual si allí estuvieran, especialmente las “clases adineradas” según alusión del diario argentino La Razón en 1926 (TROCHÓN, 2017, p. 15). A la fecha, podemos encontrar en otros diarios del austral país recurrentes menciones a Punta, entre ellos *La Nación* (LN), un diario de información general con alcance nacional en Argentina, considerado de referencia dominante junto al diario Clarín (RAIMONDO, 2014), autodefinido como “liberal - conservador” (SCHUTTENBERG & FONTANTA, 2014). La accesibilidad de su acervo para el período 1997 - 2007, así como su constante presencia en el cotidiano de Punta del Este, especialmente durante los meses de estío, han conducido a su selección como fuente de referencia comparativa para los fines de esta investigación.

LN, en tanto periódico de información general y alcance nacional tradicional de Argentina, opera como un diario de referencia dominante (TRAVERSA y STEIMBERG, 1997), en tanto su extensión territorial a lo largo del país, su posición sobre otros medios de comunicación que ubican al periódico entre los dos diarios más leídos de Argentina, así como el carácter de vehículo de opinión autorizada atribuido por lectores y tomadores de decisión, entre otros factores (ibid.). El alcance de La Nación como diario impreso y medio digital, durante el período de análisis para esta investigación (1997 - 2020) oscila entre una segunda y tercera colocación, en la Argentina (REUTERS, 2022; TOTALMEDIOS, 2020).

Al cumplirse 100 años de la creación oficial del pueblo Punta del Este, La Nación reseña el evento ocurrido en la península³⁴³. El artista Carlos Páez Vilaró recibió entonces “(...) la distinción de «padrino» del balneario más importante del Uruguay”, a la vez que recordó cuando “(...) la península era un perdido rincón para privilegiados que disfrutaban de la simpleza de la naturaleza sin exigir las comodidades del mundo moderno. A su vez, Laetitia D’Aremberg, empresaria residente de origen francés conocida como “princesa” dado su origen noble, fue distinguida como madrina. Alexandre Grendene, magnate brasileño habitué del balneario, recibió la llave de la ciudad y el también frecuentador del destino y reconocido economista Enrique Iglesias - entonces presidente del Banco Interamericano de Desarrollo - fue el orador. La imagen internacional y cosmopolita del balneario, así como su impronta asociada a la *haute*, mientras la eterna nostalgia del pasado perdido del balneario entre la naturaleza y el progreso se hacía eco.

³⁴³ En Punta del Este, sigue la fiesta. La Nacion [online], Argentina, 9.jul.2007. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/en-punta-del-este-sigue-la-fiesta-nid924220/> Acceso: 16.may.2021.

La Nación, en línea con cuanto sostiene Trochón en cita al inicio de este apartado, demuestra en sus coberturas un minucioso conocimiento del balneario, tanto o más pormenorizado que el de sus propios locatarios. Las imágenes de sosiego y de celebración que, al decir de Campodónico y Ángelo (2019) surgen como una constante de las imágenes puntaesteñas, resultan evidentes a lo largo de las proyecciones del periódico. Aquella nostalgia de una Punta donde la naturaleza predomina, referida por el icónico Páez Vilaró, reverbera para el período 1997 - 2020 en una mirada del turista argentino, en el sentido propuesto por Urry (2001) que se posa sobre José Ignacio en tanto prolongación de Punta del Este - por momentos presentada como parte de aquel balneario, en otros como lugar aparte bajo su influencia y/o cercanía - desde la década de 1990, cuando Folha de São Paulo siquiera ilustraba en sus mapas del litoral esteño uruguayo a aquel destino, que apenas se menciona como una playa remota de naturaleza intacta sin énfasis alguno en relatos de turismo u otras coberturas.

Los argentinos, imbuidos en un territorio que les era propio, han señalado hacia donde mirar no sólo a través de sus proyecciones en medios como la prensa, sino desde el hacer de sus nacionales quienes, como Francis Mallman, colocaron al esteño pueblo Garzón -a 40km de José Ignacio - en el repertorio de atractivos del del país. Habitual resulta un seguimiento de La Nación a los vaivenes de cada temporada alta, cual asunto de sumo interés que no se deja escapar. Se informa por ejemplo, para 2004, un “(...) fuerte consumo argentino en el Este. Los comerciantes de casi todos los rubros ya festejan un importante aumento del gasto per cápita para esta temporada”³⁴⁴

El tránsito del hedonismo de casino y playa, conviviente con rutinas turísticas de familia y casa de verano, intersecta un incremento de las experiencias de turismo de lujo anidado en un Punta del Este que se corre hacia el este y el interior - el campo -, tal cual se plasma en Folha cabalmente a partir de la década de 2010 pero cuyas imágenes LN sedimentaba desde la década anterior, especialmente tras ser superada la crisis de 2001 - 2002. Puesto que, en el interín que la misma significó, la imagen de un Punta del Este accesible y para todos intentó instalarse hasta ceder a fines de la década de 2010 en una imagen exclusividad sin precedentes más de una década antes ya en de la experiencia campestres, se observan. El este uruguayo, a pesar de apropiado por los argentinos, no deja de ser presentado -

³⁴⁴ GAMBIER, Marina. Fuerte consumo argentino en el Este. La Nacion [online], Argentina, 21.ene.2021. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/fuerte-consumo-argentino-en-el-este-nid565826/> Acceso: 16.may.2021.

especialmente cuanto más nos acercamos al presente - como pieza de un engranaje uruguayo en el cual la seguridad, estabilidad, amabilidad y otros atributos nacionales dan marco, en asociación con argentinos y una constatación de cada vez más otros que invierten y visitan - brasileños y latinoamericanos de otros orígenes, europeos, etc. - .

El deporte evoca un entorno de prácticas selectas como regatas, polo y golf que a la vez se complementa por fórmulas automovilísticas, surf, fútbol y veraneo de futbolistas, nuevas expresiones de atletismo y fitness entre otros. Al respecto Brasil suele mencionar a Punta del Este como lugar de emplazamiento de actividades del estilo, mientras La Nación ahonda. Actividades de entretenimiento como fiestas, recitales o desfiles de moda - especialmente el clásico desfile de Roberto Giordano dirigido a la Argentina y en alianza con su *jet set*, un ausente de la prensa brasileña así como otras pasarelas con expresión en el balneario -. El arribo de celebridades es también una constante, al igual que en Folha de São Paulo, aunque desde un seguimiento riguroso y detenido sobre el devenir del *stardom* global y regional.

Sin resultar en temática central, al igual que sucede en la prensa brasileña, La Nación no deja escapar noticias sobre la detención de acusados de lavado de dinero como el estridente caso ligado al ex alcalde de Niza radicado en PdE, extraditado en 1998³⁴⁵, el narcotraficante Raúl Vivas detenido en 2003³⁴⁶, además de otras varias menciones a esas contraccaras del fulgor esteño. La prensa roja sobre trágicos accidentes de tránsito, robos, algún asesinato, no deja de pasar desapercibido dando una imagen de un lugar agitado que por momentos se aleja del idilio sobre el mar y trae intensidades urbanas. Tales episodios, ligados a figuras de poder y de la alta sociedad, refuerzan a su vez imágenes inconfundibles de lugar de encuentro de altas esferas.

A través de un énfasis creciente en el lujo esteño, así como en imágenes progresivamente consolidados de una oferta más allá del hedonismo de fiestas, casinos y hotelería masiva que apuesta a lo exclusivo, reservado y apartado hacia la sobriedad del campo, o el sosiego de las playas menos frecuentadas o habitadas entre iguales, con ofertas culturales y gastronómicas reafirmadas como a la altura de ello, se forjan imágenes más nítidas y persistentes que

³⁴⁵ MURIÓ EN Uruguay el cuestionado ex alcalde de Niza. La Nacion [online], Argentina, 18.nov.1998. Disponible:

<https://www.lanacion.com.ar/el-mundo/murio-en-uruguay-el-cuestionado-ex-alcalde-de-niza-nid118361/>
Acceso: 16.may.2021.

³⁴⁶ ABSOLUCIÓN EN un caso de narcolavado. La Nacion [online], Argentina, 7.may.2003. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/absolucion-en-un-caso-de-narcolavado-nid494388/> Acceso: 16.may.2021.

aquellas de Folha así como en una avanzada anterior, dando la primicia de lo que llegó para quedarse puesto que, como sabemos, son los argentinos los que conocen de primera mano al balneario, a pesar de la invasión de brasileños de los últimos años.

5.1.1. Imágenes de lujo y elitización internacional

“El lujoso balneario de Punta del Este”³⁴⁷, según se lo describe en esta cita de 2002, es aquel que atrae a “la gente fashion”³⁴⁸, de acuerdo a otra referencia de 2004. La cual informaba como “(...) hoy, tanto La Barra como José Ignacio estallan. Son el reducto *in* de la temporada y el rincón elegido por las grandes marcas para desembarcar con toda su parafernalia *marketinera* debido al perfil de la gente que vive temporalmente allí.”³⁴⁹ Más de una decena de recitales se aprestan a “(...)recuperar el *glam* de sus mejores tiempos” se indica en los albores de 2004. Asimismo, la misma publicación anuncia que la tienda de *Louis Vuitton* “(...) la firma francesa de carteras de la calle 20 y Gaviotas, el epicentro del *fashion* internacional” tiene entre su clientela a un 50% de argentinas. El subtítulo “Más que en París” anticipa el relato posterior sobre una superación de las expectativas de ventas trazadas desde Francia con productos en lista de espera y “al menos diez operaciones diarias en productos de entre 600 y 2700 dólares” para enero de aquel 2004.

La noticia de 2004 titulada “Punta del Este atrae al turismo de elite”³⁵⁰ anuncia en su cabezal que “(...) se consolida la llegada de visitantes de alto poder adquisitivo; la clase media, hasta ahora, brilla por su ausencia”. Mientras que, ese mismo verano el artículo “Fuerte consumo en el Este”³⁵¹ informa la inauguración en La Barra de “una conocida casa de relojes” en la que “(...) su propietario admite que no esperaba agotar en tan poco tiempo los modelos clásicos de Tag Heuer, piezas valuadas en 3000 dólares cada una”. Por otro lado, “(...) otra millonaria

³⁴⁷ EN URUGUAY el turismo cayó un 42 por ciento. La Nacion [online], Argentina, 6.feb.2002. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/en-uruguay-el-turismo-cayo-un-42-por-ciento-nid372053/> Acceso: 16.may.2021.

³⁴⁸ GAMBIER, Marina. Regreso argentino a Punta del Este. La Nacion [online], Argentina, 2.ene.2004. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/regreso-argentino-a-punta-del-este-nid560318/> Acceso: 16.may.2021.

³⁴⁹ *ibid.*

³⁵⁰ PUNTA DEL Este atrae al turismo de elite. La Nacion [online], Argentina, 31.dic.2005. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/punta-del-este-atrae-al-turismo-de-elite-nid769080/> Acceso: 16.may.2021.

³⁵¹ Gambier, MARINA. Fuerte consumo argentino en el Este. La Nacion [online], Argentina, 21.ene.2021. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/fuerte-consumo-argentino-en-el-este-nid565826/> Acceso: 16.may.2021.

inversión inmobiliaria en Punta del Este. Edificarán 14 residencias de US\$ 1 millón”³⁵², anuncia un titular de 2006. A su vez, otra veraniega redacción destacada en 2006 con el título “Punta del Este brilla por sus fiestas top”³⁵³, indicaba que:

El lujo internacional crece en el Este. Dan fe de esto joyerías y marcas de renombre ancladas en la Punta; y, por supuesto, las inmobiliarias que venden departamentos y chacras en millones de dólares. Los emprendimientos inmobiliarios no cesan, como tampoco los vuelos privados, que aumentaron considerablemente.

El artículo continúa informando la fiesta de Lacoste en el parador La Huella, sobre la arena de José Ignacio, así como un encuentro de Polo Nocturno acompañado de un desfile de modas. “Punta del Este, aún más exclusiva e internacional”³⁵⁴ es otro titular de ese mismo año. A fines de 2007 el artículo “Punta del Este, internacional”, informa: “Siempre es así: las estrellas consagradas ocupan las mansiones más cotizadas, recorren los lugares exclusivos y le aportan a esta costa un toque glamoroso e internacional”. Ese mismo balneario que reúne regatas en el Circuito Atlántico Sur Rolex Cup 2009³⁵⁵, una habitual competición de yachting que amerita festejos varios³⁵⁶. Ese año también se realiza el Circuito Nike Cono Sur 08 sobre “las arenas de José Ignacio”³⁵⁷, para quienes no resultan adeptos al agua. Es que, en línea con discusiones de capítulos anteriores, para estas marcas, así como diversas otras nombradas en este apartado se transnacionalizan, puesto que *“se situar nos bairros chiques e famosos das cidades importantes, este é o sinal inequívoco de distinção”* (ORTIZ, 2019, p. 53). El hecho de que prefieran hacerlo, para América del Sur, en Punta del Este antes que en Jurerê, Trancoso o Mar del Plata cuando ha localizaciones balnearias se refiere, contribuye a una imagen que refuerza a sí misma y al universo de lujo que el destino esteño media.

³⁵² OTRA MILLONARIA inversión inmobiliaria en Punta del Este. La Nacion [online], Argentina, 6.dic.2006. Disponible:

<https://www.lanacion.com.ar/economia/otra-millonaria-inversion-inmobiliaria-en-punta-del-este-nid865140/>

Acceso: 16.may.2021.

³⁵³ PUNTA DEL Este brilla por sus fiestas top. La Nacion [online], Argentina, 7.ene.2007. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/punta-del-este-brilla-por-sus-fiestas-top-nid873325/> Acceso: 20.may.2021.

³⁵⁴ PUNTA DEL Este, aún más exclusiva e internacional. La Nacion [online], Argentina, 16.nov.2007. Disponible:

<https://www.lanacion.com.ar/turismo/viajes/punta-del-este-aun-mas-exclusiva-e-internacional-nid961877/>

Acceso: 20.may.2021.

³⁵⁵ SHOW DE veleros en La Mansa. La Nacion [online], Argentina, 23.ene.2009. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/show-de-veleros-en-la-mansa-nid1092605/> Acceso: 20.may.2021.

³⁵⁶ FESTEJOS ARGENTINOS en Punta del Este. La Nacion [online], Argentina, 22.ene.2008. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/deportes/festejos-argentinos-en-punta-del-este-nid980766/> Acceso: 25.may.2021.

³⁵⁷ GAGGERO, Pablo. Vértigo en el este. La Nacion [online], Argentina, 1.fev.2008. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/deportes/vertigo-en-el-este-nid983527/> Acceso: 25.may.2021.

En 2009 se anuncia, por otro lado, que “El sello de Phillippe Starck se instala en la Península”³⁵⁸, diseñador tendencia glonal que según el artículo confiere “ (...) un grado de mayor sofisticación define la costa esteña en estos días y suma a esa cuota glamorosa que la caracteriza”. En 2012 otro artículo reconoce a PdE ese status privativo del destino, proponiendo estrategias para el acceso de las capas medias que deseen ser parte de su glamour:

"La Saint Tropez de Latinoamérica". "El balneario más exclusivo del continente". "La Mónaco del Sur". "La perla del Atlántico". Punta del Este es sinónimo de glamour y sofisticación, y por ello se considera un lugar de vacaciones sólo para aquellos con bolsillos abultados.

Sin embargo, muchos de los habitués de la famosa península uruguaya lo saben bien: en Punta del Este se puede hacer turismo low cost y disfrutar de la misma ciudad que aquellos que hacen un circuito "de lujo"³⁵⁹.

Más que refutar la exclusividad, parece reforzarla al afirmar su carácter para pocos y la necesidad de estrategias planificadas para el acceso de otros, dónde comprar y adónde ir con “con poca plata”. Al respecto, en diálogo con Naomi Klein, el sociólogo John Urry (2016) señala:

(...)marcas globais poderosas e onipresentes estão circulando o globo (cf. Klein, 2000). Seu poder aparentemente fluído emana do fato de que as empresas mais bem-sucedidas das últimas duas décadas deixaram de lado a manufatura de produtos para se tornarem produtoras de marcas, gastando muito com publicidade, design, patrocínio e relações públicas. Tais marcas incluem muitas empresas envolvidas no ramo das viagens e do lazer: Nike, Gap, Easyjet, Body Shop, Virgin, Club Med, Starbucks, entre outras, que produzem “conceitos” ou “estilos de vida” (p. 145).

Por otro lado, el artículo del 5 de enero de 2012 “Cinco lujos exorbitantes en Punta del Este.

Un recorrido por los lugares más exclusivos del balneario uruguayo”³⁶⁰, anuncia:

Se sabe: Punta del Este es el lugar elegido por quien quiera hacer turismo de nivel premium en Latinoamérica. Frecuentemente comparada con polos de celebrities internacionales del calibre de Ibiza, Saint Tropez o incluso Miami, la ciudad uruguaya sabe responder a las exigencias de sus visitantes con una buena cuota de excentricidad y servicios VIP en lugares exclusivos para el que busca gastar su dinero en deleitar sus sentidos. Restaurantes y hoteles se esmeran en encontrar lugares recónditos para erigir sus edificios y cautivar así a un público que busca atención diferencial.

³⁵⁸ EL SELLO de Phillippe Starck se instala en la Península. La Nacion [online], Argentina, 17.oct.2009. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/propiedades/el-sello-de-phillipe-starck-se-instala-en-la-peninsula-nid1187210/> Acceso: 25.may.2021.

³⁵⁹ AJMAT, Silvina. Tips para disfrutar de Punta del Este con poca plata. La Nacion [online], Argentina, 12.ene.2012. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/tips-gasoleros-para-veranear-en-punta-del-este-nid1439666/> Acceso: 27.may.2021.

³⁶⁰ AJMAT, Silvina. Cinco lujos exorbitantes en Punta del Este. La Nacion [online], Argentina, 5.ene.2012. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/personajes/cinco-lujos-exorbitantes-en-punta-del-este-nid1438021/> Acceso: 27.may.2021.

Las imágenes en torno a un “núcleo de sentido” (BARDIN 1995) tal como el representado por un lujo de cada vez más alto calibre, que se supera año a año y que por ello se ha de estar en el Este, salta a la vista. El artículo “Punta del Este: lifestyle y negocios frente al mar”³⁶¹ afirma que “(...) el Real Estate se multiplica en la vecina orilla con la llegada de más desarrollos, muchos premium”, en un lugar sofisticado en el que “(...) europeos, americanos y visitantes llegados de todas partes no han hecho más que cristalizar ese *lifestyle* que caracteriza a Punta del Este. Estilo donde el lujo y la identidad están presentes”, desde un balneario conceptual, a la moda y con nuevas playas que seducen cada vez más según se lee.



Figura 29 - La Nación [imagen del artículo “Punta del Este: lifestyle y negocios frente al mar”], 22/12/2012.

En tanto que tal imagen se ratifica sobradamente con el artículo del 29 de diciembre de 2018 “Punta del Este: en su temporada más corta, la oferta de lujo está agotada”³⁶², en el cual se da cuenta de que “(...)el lujo relajado de Punta del Este vive su año más literal” en tanto la devaluación argentina impide el acceso a las clases medias. “Ya no es la cantidad lo que importa”, se narra, cual superación del turismo de masas, dado que las opciones de lujo y alto valor se encuentran agotados y los pocos que frecuentan gastan mucho. Se informa,

³⁶¹ ANZILLOTTI, Adriana. Punta del Este: lifestyle y negocios frente al mar. La Nacion [online], Argentina, 22.dec.2012. Disponible:

<https://www.lanacion.com.ar/propiedades/punta-del-este-lifestyle-y-negocios-frente-al-mar-nid1539301/>

Acceso: 27.may.2021.

³⁶² AJMAT, Silvina. COSTA, José María. Punta del Este: en su temporada más corta, la oferta de lujo está agotada. La Nacion [online], Argentina, 29.dec.2018. Disponible:

<https://www.lanacion.com.ar/sociedad/punta-del-este-su-temporada-mas-corta-nid2206740/>

Acceso: 28.may.2021.

igualmente que "(...) el turista brasileño se mantiene estable". Al decir de Zueras (2010) , el turismo de lujo es menos vulnerable a las crisis económicas que otras expresiones turísticas, promoviendo un mayor desarrollo de estas manifestaciones suntuosas. Torres et al. (2014) señala que la expansión de la clase media y de su poder adquisitivo provocado que los hoteles de cuatro y cinco estrella, considerados de máximo lujo, ahora resultan en mayor grado accesible prevaleciendo servicios diferencias, alejados de modas masivas y en busca de una nueva autenticidad que eleva la categoría de lujo a más altas expresiones. Tal como se ahondará.

“Con marcas de lujo al frente, Punta del Este apuesta por la exclusividad”³⁶³ se insiste en enero de 2019:

Si el éxito de la temporada de verano antes se medía en función de la cantidad de visitantes, ahora Punta del Este se pavonea por ser el destino elegido por multimillonarios que no tienen reparo en desembolsar 14.000 dólares por noche, que salen a dar una vuelta y pueden detenerse en un local de joyas donde el ítem más insulso cuesta 40.000 dólares, que se prueban y compran sí y solo si la firma es de lujo.

En tanto el artículo es ilustrado por una imagen de las proximidades de José Ignacio, a primera vista surge una Ferrari de esas tan habituales en la zona balnearia. El artículo complementa: “La caída de visitantes argentinos es clara (un 30% menos). Pero Punta del Este se garantizó la presencia de aquellos que más gastan”. El rústico glamour del área es enunciado como superado por “ un público nuevo y más exigente”. Las marcas interesaban antes y lo siguen haciendo ya sea estampadas en tiendas o en la denominación del Circuito Rolex de Regatas³⁶⁴³⁶⁵, con embarcaciones de Argentina, Brasil, Gran Bretaña y Uruguay.

El consumo de productos de lujo “(...) está dirigido a una elite, a un grupo restringido que comparte determinadas características, actitudes y posibilidades” (FRISA, 2020, p. 108), resultando en un restringido grupo “(...)cuya característica común no es tanto el dinero sino una elevada sensibilidad, una capacidad de saber captar antes que los demás las modas y las tendencias.” (p. 112). El precio incide pero no necesariamente define lo anterior, como se ha argumentado anteriormente, sino que la relación de estar en donde el mismo se expresa,

³⁶³ AJMAT, Silvina. Con marcas de lujo al frente, Punta del Este apuesta por la exclusividad. La Nacion [online], Argentina, 12.ene.2019. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/con-marcas-de-lujo-al-frente-punta-del-este-apuesta-por-la-exclusividad-nid2209773/> Acceso: 28.may.2021.

³⁶⁴ LA REGATA a Punta del Este. La Nacion [online], Argentina, 17.ene.2015. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/deportes/turf/la-regata-a-punta-del-este-nid1760843/> Acceso: 28.may.2021.

³⁶⁵ CÚNEO, Diego. El Este recibe el mejor yachting. La Nacion [online], Argentina, 19.ene.2015. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/el-este-recibe-el-mejor-yachting-nid1760805/> Acceso: 1.jun.2021.

lograr captar aquello que pasa a denotar un “saber vivir y apreciar las cosas” (p. 108). ¿Algo que puede lograrse por parte de algunos en Punta del Este?.



Figura 30 - La Nación, 12/01/19.

En tal sentido, conocer y dar a conocer tendencias así como se crean modas requiere de plataformas. Al ritmo de lo cual emerge recientemente un “nuevo lujo”, resignificado en valores de sostenibilidad y conciencia ambiental en boga. Éste pasa a recuperar “(...) el valor de los tiempos de trabajo, la historia detrás de cada producto” (CORREA, 2018, p. 53), con atención a la durabilidad, al impacto del proceso productivo y cuidado del entorno. La obsolescencia de productos de bajo uso, frente a otros sustentables actuales presente sin que se desvanezca un afán de consumo. Osklen, marca brasileña referente en el área del *slow fashion* eligió internacionalizarse a través de Punta del Este. Más allá de interrogaciones sobre la extensión y desafíos de estas tendencias, a los fines de esta investigación interesa indagar sobre cómo un periódico argentino retrata a una *grife* brasileña de prestigio llevando a un perfil de consumo estratégico, en un balneario uruguayo. Las marcas, señalaba Urry (2016), resultan capaces de moldear codiciadas miradas turísticas, además de anhelar ser vistas en confluencia con las imágenes de lugares como PdE.

En enero de 2019, un artículo en su título indica “Qué es el "lujo sustentable" y por qué se impone en Punta del Este”³⁶⁶, desde donde se expresa una valorización de “(...) artesanos y diseñadores que trabajan con materiales nobles, en condiciones de trabajo transparentes”. A la vez que una “consultora de firmas de lujo” brinda su testimonio al respecto sosteniendo que: "El nuevo lujo tiene que ver con el cuidado de la naturaleza, la vida sana, el tiempo... En el lujo siempre hay algo que es inaccesible, que lo hace ser lujo”. A partir de lo cual arguye su apuesta por piezas únicas de alto valor que al mismo tiempo ofrece “aportes a la comunidad”. Al mismo tiempo se cita a la marca de lujo brasileña Osklen, cuyo creador y asiduo veraneante de Punta propone "(...) la expresión de un lifestyle genuino, definido por el equilibrio de la vida urbana con la naturaleza, en el cual lo orgánico y lo tecnológico, lo local y lo global, el lujo y la simplicidad, son complementarios". Intersecciones nacionales que dan cuenta de una sociedad balnearia de convergencia regional.

En otros aspectos, para 2004 se celebraba el "Recuperar la familia"³⁶⁷ en Punta del Este, como una señal de recuperación tras una crisis que impidió a la clase media desplazarse al balneario como solía hacerlo. Un contraste con el apelo reciente a otros públicos, consecuencia de otra crisis cuyo resultado despreocupa. A diferencia de 2004 cuando en el artículo antes citado el presidente de la Asociación de Inmobiliarias locales (Adipe), Alberto Prandi, indicaba que: "Lo más importante es que recuperamos a la familia argentina y que volvió la clase media. Punta del Este no puede perder ese segmento". El destino transita la búsqueda de públicos diversos, aunque superado el momento crítico de principios de siglo XX sobresale la emisión de mensajes dirigidos a perfiles de alto poder de consumo.

5.1.2. ¿Punta del Este accesible para las clases medias? ¿Segura y tranquila para todos?

“Punta del Este tendrá una movilización sindical como nunca había tenido, como ningún veraneante hubiese imaginado jamás en estas playas privilegiadas y casi "intocables" para cualquier manifestación masiva”³⁶⁸, informa La Nación en 2002. Una crítica situación

³⁶⁶ AJMAT, Silvina. Qué es el "lujo sustentable" y por qué se impone en Punta del Este. La Nacion [online], Argentina, 26.ene.2019. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/que-es-el-lujo-sustentable-y-por-que-se-impone-en-punta-del-este-nid2214411/> Acceso: 1.jun.2021.

³⁶⁷ PUNTA DEL Este, con un 40% más de turistas. La Nacion [online], Argentina, 16.feb.2004. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/punta-del-este-con-un-40-mas-de-turistas-nid573494/> Acceso: 1.jun.2021.

³⁶⁸ Inusual movilización en Punta del Este. La Nacion [online], Argentina, 24.ene.2002. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/inusual-movilizacion-en-punta-del-este-nid368996/> Acceso: 2.jun.2021.

socioeconómica debatía al Río de la Plata, mientras los trabajadores organizados uruguayos reivindicaban la necesidad de empleo y el combate a la pobreza, las autoridades nacionales resolvieron que "(...) ninguna persona que se encuentre haciendo turismo debe ser molestada, pero sólo hoy se sabrá cómo transcurren las cosas", según cita el artículo. Las exclusiones asociadas a la situación económica, al corralito bancario y otros escenarios de agravamiento de las distancias sociales, convergieron en esa marcha sin precedentes, que llevó 200.000 personas a la ciudad de Maldonado, impedidas de forma pacífica por las fuerzas policiales de continuar hacia PdE.

“Que una moneda de un peso vale el doble en Brasil se sabe. Que en Punta del Este poco se haría con ella, también”³⁶⁹, se leía en La Nación por aquel 2002 mientras se advertía la preferencia de PdE sobre otros destinos, por aquellos más pudientes. Pero, ya no, por las capas medias que en la década de 1990 marcaron la masificación más notoria de PdE. Al respecto, se anuncian devoluciones de impuestos por parte de Uruguay así como “(...) la liberación del tope horario para el cierre de las discotecas, la iluminación nocturna de las playas céntricas y la autorización para hacer topless”³⁷⁰. En tanto medidas de estímulo a esas capas medias cautivas que no se quería perder, junto a devoluciones impositivas y otras estrategias. Se apreciaba el auge de “(...) una especialización elitista que sin embargo ha dejado lugar a un turismo no tan excluyente de clase media” (CAMPODÓNICO y DA CUNHA, 2009, p. 61), aunque ello adquiriría otros ribetes más adelante, una vez fueran retomados flujos anteriores de veraneantes.

Facilidades económicas, mayores libertades y seguridad eran los diferenciales del momento. En aquel artículo, el Intendente de Maldonado Enrique Antía señalaba que: "Es un error creer esa imagen que muestra a Punta del Este como exclusiva de ricos y famosos. Maldonado tiene unos 100 kilómetros de playas, desde Piriápolis hasta José Ignacio, en las que hay una enorme diversidad de ofertas". Mientras se reforzaba la variedad de opciones de lugares y precios, en un intento de afianzar una imagen de PdE para todos y accesible. En tanto FdSP,

³⁶⁹ VACACIONES DE verano a toda costa. La Nacion [online], Argentina, 22.dec.2000. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/vacaciones-de-verano-a-toda-costa-nid190806/> Acceso: 2.jun.2021.

³⁷⁰ PUNTA DEL Este "vende" seguridad y facilidades de pago con tarjeta. La Nacion [online], Argentina, 8.dec.2001. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/punta-del-este-vende-seguridad-y-facilidades-de-pago-con-tarjeta-nid357529/> Acceso: 2.jun.2021.

según se tratara en el capítulo 3, sobrevuela estas argumentaciones promotoras de una imagen de un destino accesible, es en LN donde ello adquiere un minucioso abordaje discursivo.

La noticia “Punta del Este cambia para competir”³⁷¹ de diciembre del 2000, desnuda una imagen consolidada que intenta dar un giro fundamentada en la crisis económica y la competencia inter-destino con el turismo de argentinos en su país y hacia un conveniente Brasil, debido a las diferencias cambiarias. El texto, cita al intendente departamental sosteniendo la paridad de precios entre el destino y los más característicos de la Argentina, en una operación que es enunciada como sin precedentes. “Punta del Este jamás compitió. Siempre tuvo "su" público, "su" gente. Un público, una gente que le era fiel”, sin embargo “los sacudones económicos de la región marcaron un cambio”. Es en ese marco que “Punta del Este decidió bajar sus precios entre un 20 y un 25 por ciento”.

A finales de 2001 se había anunciado que en PdE se aceptarían las tarjetas de débito³⁷², como otra ayuda para “atenuar la falta de efectivo de los turistas argentinos”, a la vez que Uruguay también devalúa su moneda y ello es anunciado. Fuentes del gobierno dijeron a LA NACIÓN que la campaña pondrá énfasis en "los atributos que los potenciales turistas argentinos identificaron en una encuesta realizada en Buenos Aires y algunas provincias de ese país". Fueron elogiadas "la seguridad" del balneario y "la tranquilidad" del lugar³⁷³ en estudio realizado y ello se tomó por las autoridades, se anuncia. La “reflexividad turística” del período, puede sostenerse a través de Sheller y Urry (2004), incorpora una argumentación delineada desde atractores singulares del balneario que adquieren valor en un difícil contexto rioplatense a través de un acumulado histórico a fortalecer (seguridad, tranquilidad), junto a esfuerzos discursivos de accesibilidad que surgen a modo de redefinición de imagen.

La seguridad es la imagen que se proyecta entonces, para competir “(...) con el objetivo de consolidar el clima de seguridad que muchos argentinos valoran de este balneario”. Se realizó un operativo de seguridad con nuevo sistema de vigilancia en “el coqueto barrio San Rafael y

³⁷¹ PUNTA DEL Este cambia para competir. La Nacion [online], Argentina, 3.dic.2000. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/punta-del-este-cambia-para-competir-nid43405/> Acceso: 2.jun.2021.

³⁷² EN URUGUAY aceptarán tarjetas de débito. La Nacion [online], Argentina, 15.dic.2001. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/en-uruguay-aceptaran-tarjetas-de-debito-nid359422/> Acceso: 2.jun.2021.

³⁷³ UN 50% MENOS de argentinos en el Este. La Nacion [online], Argentina, 9.ene.2002. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/un-50-menos-de-argentinos-en-el-este-nid365265/> Acceso: 2.jun.2021.

también un plan de coordinación con la Policía Federal Argentina”³⁷⁴. El Ministro de Turismo es entrevistado de manera frecuente en la época e indica que Uruguay atrae mediante “ la naturaleza, las playas, el trato que se da al turista, la seguridad, la calidad de los servicios y el precio adecuado”³⁷⁵. La autoridad cuestiona alusiones a PdE como un balneario caro, esclareciendo que la devaluación económica dejó un 50% más barato al balneario para su temporada 2003 respecto de la anterior, además de la imposición de una tasa cero en hotelería, gastronomía y alquileres³⁷⁶. “Uruguay acomodó sus precios a la crisis” es el mensaje. En otra noticia se afirma que: "Somos optimistas; Uruguay está más barato que Brasil y similar que Argentina en precios; a eso se suman los buenos índices de tranquilidad y servicios que ofrecemos"³⁷⁷,

Ante la mejora de la actividad a partir de 2003, surgirán titulares como: “En Punta del Este ya anticipan que habrá precios más elevados. Las autoridades, sin embargo, dicen que se evitarán los abusos”³⁷⁸. Tales pujas redundarán en un énfasis sobre la seguridad y tranquilidad en la imagen país y del lugar promovida, sin abonar la narrativa de contexto crisis de accesibilidad del mismo. Imagen que no prosperaría frente a un ideal privativo de lujo. Se anuncia la vuelta del lujo en 2004, también de la clase media que de contar con los medios busca esa exuberancia, así se lee en la nota “Punta del Este recuperó terreno”³⁷⁹, informando que se superaron las expectativas. “Y hubo más seguridad. El jefe de la policía de Maldonado, comisario Mario San Pedro, dijo que el índice de hurtos "se redujo en un 18 por ciento" mientras que se reforzaron los horarios de policías en tres horas extras diarias.

³⁷⁴ INVASIÓN DE argentinos en Punta del Este. La Nacion [online], Argentina, 18.ago.2003. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/invasion-de-argentinos-en-punta-del-este-nid520245/> Acceso: 2.jun.2021.

³⁷⁵ PESE A la crisis, los argentinos fueron a Punta del Este. La Nacion [online], Argentina, 15.feb.2003. Disponible:

<https://www.lanacion.com.ar/sociedad/pese-a-la-crisis-los-argentinos-fueron-a-punta-del-este-nid473921/> Acceso: 2.jun.2021.

³⁷⁶ URUGUAY ACOMODÓ sus precios a la crisis. La Nacion [online], Argentina, 15.nov.2002. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/uruguay-acomodo-sus-precios-a-la-crisis-nid450048/> Acceso: 2.jun.2021.

³⁷⁷ PUNTA DEL Este se apresta para el verano. La Nacion [online], Argentina, 5.oct.2003. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/punta-del-este-se-apresta-para-el-verano-nid533195/> Acceso: 2.jun.2021.

³⁷⁸ EN PUNTA del Este ya anticipan que habrá precios más elevados. La Nacion [online], Argentina, 29.nov.2004. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/en-punta-del-este-ya-anticipan-que-habra-precios-mas-elevados-nid658294/> Acceso: 2.jun.2021.

³⁷⁹ PUNTA DEL Este recuperó terreno. La Nacion [online], Argentina, 31.ene.2004. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/punta-del-este-recupero-terreno-nid568875/> Acceso: 2.jun.2021.

Las amenazas a la seguridad y las respuestas de las autoridades en busca de defender aquella imagen, serán una constante. “En Punta siguen los robos y empieza el "apriete". Muchos vecinos optaron por contratar vigilancia privada”, se lee en enero de 2007³⁸⁰. Un año antes se escribía, en el verano de 2006:

Es verdad que es un tema de todos los veranos, que a esta altura de enero cualquier enviado que esté cubriendo la temporada ya se enteró del robo de una casa, de un hurto en la playa o de que en una noche, mientras todos dormían, le desvalijaron la vivienda a tal o cual empresario argentino.³⁸¹

En 2008 el titular “Más seguridad en Punta del Este”³⁸² informa de mayores controles y de expulsión de personas “sospechosas”. En 2010 se confirma que “podrán procesar a quienes mendiguen en las playas uruguayas”³⁸³, en una polémica medida que refuerza aquellas distancias sociales sobre las cuales denunciaba la marcha de 2002.

En línea con el anticipo de LN, la jueza Adriana Graziuso del departamento de Maldonado declaró que tienen el poder para detener a quienes estén en situación de "vagancia o mendicidad abusiva". A fines de 2009 se anunciaban cámaras de seguridad para reforzar los cuidados³⁸⁴. En 2010 “(...) la policía de Maldonado comenzó a patrullar las calles para expulsar a los delincuentes que aprovechan la llegada masiva de extranjeros a la ciudad balnearia para sustraer dinero y objetos de valor”. Acciones que se divulgaron aún en Brasil, parte de ellas, especialmente el temor de llegada de criminales ante la concentración de opulencia.

Más adelante, en 2018 el robo a una joyería con rápida acción policial deja bien parado al país, por su respuesta. Y la imagen de seguridad continúa buscando ser proyectada a la vez que es cuestionada, pero en contraste con otros destinos sostenida. Las disputas en torno a la imagen, cual argumentara Anholt (2010), parten de hechos mediados por subjetividades

³⁸⁰ EN PUNTA siguen los robos y empieza el "apriete". La Nacion [online], Argentina, 28.ene.2007. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/en-punta-siguen-los-robos-y-empieza-el-apriete-nid878978/> Acceso: 2.jun.2007. Disponible: 2.jun.2021.

³⁸¹ REFORZARÁN LA seguridad en Punta del Este. La Nacion [online], Argentina, 22.nov.2006. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/reforzaran-la-seguridad-en-punta-del-este-nid861073/> Acceso: 2.jun.2021.

³⁸² URUGUAY PREPARA devolución de impuestos para los turistas. La Nacion [online], Argentina, 13.oct.2008. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/uruguay-prepara-devolucion-de-impuestos-para-los-turistas-nid1058876/> Acceso: 2.jun.2021.

³⁸³ CONFIRMAN QUE podrán procesar a quienes mendiguen en las playas uruguayas. La Nacion [online], Argentina, 28.dec.2009. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/confirman-que-podran-procesar-a-quienes-mendiguen-en-las-playas-uruguayas-nid1216282/> Acceso: 2.jun.2021.

³⁸⁴ MÁS SEGURIDAD en Punta del Este. La Nacion [online], Argentina, 28.dic.2009. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/mas-seguridad-en-punta-del-este-nid1216092/> Acceso: 4.jun.2021.

aunque constatables. La seguridad no sólo ha de ser anunciada sino vivida, para la proyección sostenerse. Una vez más, en contraste con lugares de origen y otros potenciales destinos, así como a partir de acciones institucionales tal como las descritas, se mantiene tal trazo del lugar aunque en creciente disputa. Mientras que, a la imagen de accesibilidad económica sobreviene a un afianzamiento de la preferencia por públicos de alto gasto, en el transcurso coyuntural de las últimas décadas .

5.1.3. Paisaje: de la ciudad jardín a la costa ruralizada

El artículo “10 cosas que hacer en Punta del Este”³⁸⁵, publicado en 2010, sugiere como las playas como principal y obvio atractivo esteño. Aquellas en La Barra, Manantiales y restantes hacia José Ignacio, sino Punta Ballena son las recomendadas, especialmente si se anhela tranquilidad. Estas proyecciones surgen como recomendaciones que llevan las miradas más allá de una centralidad edificada en la península, entre orientar las imágenes de playas deseadas o reproducirlas se aleja la vista y el andar de las áreas de mayor edificación sobre el centro tradicional de PdE: masificado, urbanizado y con entornos cada vez menos arbolados.

En noviembre de 2004, el artículo “Gorlero: recuperar el liderazgo”³⁸⁶ se anuncia "(...) un retorno de la actividad comercial en la Península, donde Gorlero dejó de ser la primera calle y ahora comparte el estrellato con sus paralelas", según informara en entrevista Alberto Prandi, presidente de la Asociación de Inmobiliarias de Punta del Este (Adipe). Era noticia el ascenso de la calle 20 de las grandes marcas y la pérdida de preeminencia de una calle principal como Gorlero, donde se encuentran y encontraban múltiples rubros desde heladerías a casas cambiarias, restaurantes y tiendas de ropa, a una sala de casino y la plaza central. No obstante, no se cuestionaba el atractivo e interés de la península puntaesteña, la punta geográfica en sí misma. Ese territorio que se abre sobre el Atlántico y el Plata, densamente urbanizado.

³⁸⁵ 10 COSAS QUE hay que hacer en Punta del Este. La Nacion [online], Argentina, 28.ene.2010. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/turismo/10-cosas-que-hay-que-hacer-en-punta-del-este-nid1963746/> Acceso: 4.jun.2021.

³⁸⁶ Gorlero: recuperar el liderazgo. La Nacion [online], Argentina, 27.nov.2004. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/propiedades/gorlero-recuperar-el-liderazgo-nid657660/> Acceso: 14.jun.2021.

En 2001, ya resultaban habituales titulares como “José Ignacio, un uruguayo irresistible”³⁸⁷ o “José Ignacio, especialista en lujo y atardeceres”³⁸⁸. Las imágenes de un destino estrechamente asociado a PdE pero que, para la prensa argentina si bien se engloba en conjunto no deja de ser marca propia, pasa a resultar en una insoslayable referencia. Mientras enviados especiales desde São Paulo hacían referencia a Gorlero, la rambla, la isla de lobos o el puente de La Barra, así como de Casapueblo, para la misma época un diario de similar jerarquía como La Nación dirigía miradas de fascinación hacia José Ignacio. Lugar que la prensa paulista menciona al pasar, una playa más que no aparece en los mapas como se evidencia en el capítulo uno. La imagen de José Ignacio y de una extensión o complemento puntaesteño de tal rusticidad, no reverberaba aún desde el periódico paulista FdSP.

“Campo y playa en las mismas vacaciones”³⁸⁹, titula un artículo de 2009 cuyas referencias remiten a imágenes como las presentes en otro artículo, de 2004, “Punta del Este se despereza”³⁹⁰, donde se lee sobre los “atardeceres únicos en José Ignacio”, en torno a la “(...) tranquilidad y el paisaje agreste de José Ignacio, a 40 kilómetros de Punta del Este, (...) cualidades más que suficientes para convertir esta antigua aldea de pescadores en la gran elegida para la próxima temporada”. Mientras que en un artículo anterior, de enero de 2002³⁹¹, se afirma:

En José Ignacio no hay focos de mercurio, sino faroles antiguos y de baja altura. Entonces en las noches, la vista del cielo es uno de los placeres del lugar. La policía, en coordinación con la gente del lugar, mantiene un régimen de vigilancia eficiente y el resultado es de "cero robo"

(...)

No hay cartelería publicitaria y las calles tienen nombres de pájaros (Los horneros, Los tordos, Los teros, Las gaviotas), sus carteles son de madera y visibles, pero muy discretos.

(...)

La promoción que hacía un restaurante de "música al atardecer" preocupó a la liga, porque justamente la gente disfruta de ver la puesta del sol y escuchar el silencio del final de la tarde, sólo musicalizado por el canto de los pájaros.

(...)

³⁸⁷ MUNDO ISLA. La Nacion [online], Argentina, 25.nov.2001. Disponible:

<https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/mundo-isla-nid212420/> Acceso: 4.jun.2021.

³⁸⁸ JOSÉ IGNACIO, especialista en lujo y atardeceres. La Nacion [online], Argentina, 30.nov.2003. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/turismo/viajes/jose-ignacio-especialista-en-lujo-y-atardeceres-nid549906/> Acceso: 5.jun.2021.

³⁸⁹ CAMPO Y playa en las mismas vacaciones. La Nacion [online], Argentina, 15.feb.2009. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/turismo/viajes/campo-y-playa-en-las-mismas-vacaciones-nid1099652/> Acceso: 5.jun.2021.

³⁹⁰ LÓPEZ, Mariángeles. Punta del Este se despereza. La Nacion [online], Argentina, 2.oct.2004. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/propiedades/punta-del-este-se-despereza-nid641312/> Acceso: 5.jun.2021.

³⁹¹ EN JOSÉ Ignacio no quieren ruido ni boliches que desvirtúen la paz. La Nacion [online], Argentina, 14.ene.2002. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/en-jose-ignacio-no-quieren-ruido-ni-boliches-que-desvirtuen-la-paz-nid366467/> Acceso: 5.jun.2021.

Un lugar de esos que se sueñan o se ven en películas. Sólo que éste es real.

Este “agreste rincón de la costa uruguaya”³⁹², a su vez “pueblo donde veranean muchos famosos”, en 2005 recibía “un aluvión de turistas” que lo llevaban a debatirse “cómo crecer sin perder su perfil”. El artículo, se remonta a los primordios de la turistificación de una remota comunidad pesquera:

Todo empezó cuando abrió, en 1978, La Posada del Mar, donde la cocina de Francis Mallmann atraía paladares que llegaban hasta aquí desde Punta del Este después de hacer 60 kilómetros por la ruta 9. En 1982 se construyó el puente sobre la laguna de José Ignacio; las distancias se acortaron y se fue consolidando un perfil de comprador: el viejo veraneante de Punta del Este que buscaba un lugar más agreste. Los años 90 fueron argentinos (el 70% de las casas de José Ignacio es de argentinos; entre ellos, Mirtha Legrand y Amalita Fortabat). A partir de 2000 se sumaron europeos. Y despegó la construcción, que en 2004 dio el gran salto. Algunos, con evidencias a la vista, adivinan en ese salto la ostentación –y los dineros– de la década menemista. La cuestión es que el metro cuadrado frente al mar, que en 1980 valía 50 dólares, hoy cuesta veinte veces más: José Ignacio es una baldosa donde muchos quieren poner el pie y tienen con qué.

Mientras las imágenes proyectadas sobre el este uruguayo desde FdSP apenas mencionaba aquel remoto hito de la costa atlántica uruguaya para aquel entonces, desde argentina LN acompañaba un debate posiblemente ajeno a públicos no rioplatenses sobre el avance de las excepciones a la construcción que proliferaron durante la crisis de inicios del 2000. A través de excepciones a la normativa y estímulos tributarios, se permitió edificar donde antes no estaba permitido así como se autorizó hacerlo a mayor altura donde sí lo estaba (SCIANDRO & ZEBALLOS, 2019). Promover el empleo fue el fundamento, en un intento de emular el boom de la construcción puntaesteña que en la década de 1970 se había sustentado un la autorización de altura en la península (ALTMANN, 2021). En 2005, LN orientaba esa discusión sembrando argumentos sobre el avance de las torres y edificaciones esteñas en el centro urbano del balneario y la pérdida de un “aire de pueblito lindo”³⁹³. Lo cual, por otra parte, explicaba el desplazamiento hacia el este del balneario sobre La Barra, Manantiales, José Ignacio y su entorno. El afán por ir al verde era tal, que por primera vez se observa con apetencia al campo uruguayo como destino de veraneo.

Tal debate, acompaña al balneario como una constante que trae siempre nostalgias de un pasado perdido en que eran menos y todo era distinto. Con todo, conviven ambas imágenes y

³⁹² JOSÉ IGNACIO: cuando baja la marea. La Nacion [online], Argentina, 27.mar.2005. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/jose-ignacio-cuando-baja-la-marea-nid689655/> Acceso: 5.jun.2021.

³⁹³ TEMEN QUE la gente se vaya a otros balnearios. La Nacion [online], Argentina, 25.ene.2005. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/temen-que-la-gente-se-vaya-a-otros-balnearios-nid673885/> Acceso: 11.ene.2021.

quienes se interesan por usufructuar de cuanto las materializa. Raymond Williams (1989), sobre los imaginarios de campo y ciudad en la literatura inglesa trae la ambivalencia que pueden representar tales nociones:

Em torno das comunidades existentes, historicamente bastante variadas, cristalizaram-se e generalizaram-se atitudes emocionais poderosas. O campo passou a ser associado a uma forma natural de vida — de paz, inocência e virtudes simples. À cidade associou-se a ideia de centro de realizações — de saber, comunicações, luz. Também constelaram-se poderosas associações negativas: a cidade como lugar de barulho, mundanidade e ambição; o campo como lugar de atraso, ignorância e limitação. O contraste entre campo e cidade, enquanto formas de vida fundamentais, remonta à Antiguidade clássica (p.11).

Es posible inclinarse hacia una u otra actitud sobre tales espacios, aunque ello depende de una interdependencia compleja de factores, historizables en su contexto como, con limitaciones, se intenta en algunos fragmentos de este análisis.

El artículo “Punta del Este se prepara para recibir su torre más lujosa” refuerza la imagen de lujo afianzada para el área, mostrando que persiste no sólo en la rusticidad de el ala sin edificios de la zona, sino en sus copiosas torres que no cesan de crecer. de la na. La “calidad internacional”³⁹⁴ augurada en 2016 para un nuevo emprendimiento, informa:

Trump Tower Punta del Este ofrece un nivel de servicios únicos en Punta del Este: además de la cancha de tenis, cuenta con pileta indoor y outdoor, spa and health center, cigar lounge, English patio, un sector de parrillas privadas para recepción y toda una gama de servicios que han hecho famosa a la marca en el mundo entero, tales como reception desk, room services y valet parking.

“No hay otro desarrollo con este nivel de servicios. La torre presenta una nueva categoría de propiedad inmueble, como cuando surgieron los penthouses en Nueva York: las ultra exclusive residences, un tipo de producto inmobiliario sin precedentes en Punta del Este, y símbolo de un nuevo estándar de luxury living, como promete la marca internacional Trump”, asegura Cugliandolo.

En paralelo, acaso encontramos en “Punta del Este, ¿la Miami del Sur?”³⁹⁵, según se pregunta un artículo de 2018 que revela las dos caras del paisaje esteño: “El boom inmobiliario definió un perfil plagado de torres en la zona de La Mansa; pero hacia el Este, los veraneantes buscan todo lo contrario”; cómo es el paisaje del exclusivo balneario esteño que atrae como imán a inversores argentinos y extranjeros.

Mientras para el caso de la expansión de la isla de Florianópolis como destino turístico puede hablarse de una “*destruição criativa*” del paisaje natural (OURIQUES, 1999), a través de una urbanización orientada por una inversión inmobiliaria de escasa regulación que, mientras

³⁹⁴ PUNTA DEL Este se prepara para recibir su torre más lujosa. La Nacion [online], Argentina, 1.oct.2016.

Disponible:

<https://www.lanacion.com.ar/economia/punta-del-este-se-prepara-para-recibir-su-torre-mas-lujosa-nid1941847/>

Acceso: 11.jun.2021.

³⁹⁵ AJMAT, Silvina. Punta del Este, ¿la Miami del Sur? La Nacion [online], Argentina, 11.ene.2021. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/punta-del-este-la-miami-del-sur-nid2098066/> Acceso: 11.jun.2021.

aumenta la infraestructura turístico-residencial y contorna al destino, amenaza con la degradación de su costa y selva; para el caso de PdE el boom de la construcción de la década de 1970 remite a un proceso de densificación que incide, en menor escala a las dimensiones catarinenses, sobre corrimientos fuera del centro urbano pero, desde similares amenazas sobre los atributos paisajísticos que suscitaron el desarrollo inicial del destino.

En Punta del Este y su área subsisten quienes se instalan en las torres de la Mansa, en casas amplias del barrio Cantegril cercano a las zonas comerciales, San Rafael o Rincón del Indio más alejados y también hacia el bosque, sino en la franja de La Barra. A la altura de 2022, se afirma que “ (...) sin dudas son esos tres enclaves los que marcan tendencia”³⁹⁶, sobre la ruta 104, chacras circundantes de José Ignacio, el área rural Pueblo Edén (a mayor distancia de la costa respecto de anteriores, sobre serranías). Asimismo, las inversiones en vid y olivos sobre esas zonas rurales dan un nuevo cariz al paisaje, a la mirada del turista y a las imágenes del litoral este uruguayo que se afianzan desde antes de la pandemia, así como particularmente luego de ésta.



Figura 31 - La Nación, 1/04/2022.

³⁹⁶ FERNÁNDEZ, Nelson. Los tres exclusivos enclaves de Punta del Este donde se concentran los argentinos que se fueron a vivir a Uruguay. La Nación [online], Argentina, 1.abr.2022. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/los-tres-exclusivos-enclaves-de-punta-del-este-donde-se-concentran-los-argentinos-que-se-fueron-a-nid01042022/> Acceso: 2.abr.2022.

“¿Punta del Este parte de la ruta del vino uruguayo?”³⁹⁷. Es una pregunta que pocos años atrás, en 2015, surgía como novedad tal hacía notar el periódico argentino. “La interesante producción vitivinícola de nuestros vecinos del Oriente [uruguayos]”, sorprendía desde La Nación. La corresponsal, invitada a participar del XIII Salón del Vino en el departamento de Maldonado, relata una crónica de su visita en la que se evidencia una transformación en el paisaje esteño, reconversión carente de mayores antecedentes. Que, a la fecha, superando el período de recorte de la investigación, demuestra una huella imagética cada vez más arraigada en las imágenes de Punta del Este y cuanto ofrece su entorno. Siempre, reforzando el lujo cosmopolita y la exclusividad locales desde tales imágenes.

La crónica “La Toscana en Uruguay. Viña Edén y Garzón, dos propuestas exitosas de enoturismo en Punta del Este”³⁹⁸, indica: “(...)Estudios de diseño, chefs de la talla de Francis Mallmann y un ambiente campestre que hace contrapeso a la vida balnearia componen la propuesta exclusiva de dos bodegas esteñas (...)”. Se menciona luego el diseño de Isay Waynfeld en la vecina instalación de Fasano, la Fábrica de Paisaje a cargo de la infraestructura de Viña Edén es mencionada también, lugar que también es posada y restaurante. Sobre Bodega Garzón aclaran que “(...) su moderno edificio cuenta con certificación LEED (Leadership in Energy & Environmental Design) y es 100% autosustentable”. Asimismo, en el texto se resalta:

Empresarios importantes, estudios encumbrados y chefs de primera línea respaldan los emprendimientos de enoturismo y aceite que se consolidan en las afueras de Punta del Este. Ya no son una escapada para los días nublados durante las vacaciones, sino sólidas propuestas que se apalancan en la idea de buena vida. Ya sea en versión activa (trekking o bicicleta), picnic, o menú de varios pasos, la clave es no perderse la degustación.

5.1.3.1. Hacedores de paisajes

El retorno de los grandes empresarios que forjan una localidad turística cual héroes de balneario continúa vigente, tales como el primer Hotelero Pedro Risso o Mauricio Litman quien propició el Festival de Cine que en la década de 1950 contribuyó a forjar la imagen

³⁹⁷ MAGLIONE, Alejandro. ¿Punta del Este parte de la ruta del vino uruguayo? (segunda parte). La Nación [online], Argentina, 12.feb.2015. Disponible:

<https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/punta-del-este-parte-de-la-ruta-del-vino-uruguayo-segunda-parte-nid1767869/> Acceso: 5.jun.2021.

³⁹⁸ TROIELLI, Julieta. La Toscana en Uruguay. Viña Edén y Garzón, dos propuestas exitosas de enoturismo en Punta del Este. La Nación [online], Argentina, 7.nov.2021. Disponible:

<https://www.lanacion.com.ar/revista-lugares/la-toscana-en-uruguay-vina-eden-y-garzon-dos-propuestas-exitosas-de-enoturismo-en-punta-del-este-nid07112021/> Acceso: 8.nov.2021.

internacional del balneario, también Pascual Gattás o Luis Sader que invirtieron en la construcción y el comercio que levantó la convierten en esplendor (TROCHÓN, 2017). Emprendedores desarrollistas identificables en uno u otro balneario, figuras míticas como Carlos Gesell en la ciudad argentina que lleva su nombre (NOEL, 2020), Leopoldo Rosenfeldt u Oscar Knorr en Gramado (CASAGRANDE, 2018), Octavio Guinle desde su Copacabana Palace en Río de Janeiro (DA CUNHA & CAMPODÓNICO, 2005). El chef Mallman impulsor de José Ignacio o el inversor Bulgheroni, petrolero propietario de la gran hacienda vitivinícola Colinas de Garzón, aparecen en los medios y moldean el paisaje y/o hacia dónde mirarlo.

La meticulosa mirada familiar a PdE, tan o más incisiva que la nacionales, lleva a las conclusiones de Yvette Trochón (2017) en su clásico *Punta del Este: el edén oriental*, sobre una complicidad entre argentinos del centro del país con la historia y sociedad puntaesteña. Lo que conduce a rigurosos retratos sobre los procesos locales, así como a un protagonismo activo del balneario en su constitución, con refundadores del mismo de aquel país. Su rol activo, dista de aquel evocado por FdSP o ZH sobre figuras nacionales como Rogerio Fasano cuyas inversiones en el área denotan lazos endeblés, el paulista Gilberto Scarpa o el gaúcho Alexandre Grenden tampoco ameritan discursividades próximas. Ello en término de un rol menos ligado al de “prescriptores” (CASTELLÓ & DEL PINO, 2015), es decir de mediadores de influencia para con el lugar, sino en clave de productores de la infraestructura material que los vuelve, a la larga, prescriptores en sí. Francis Mallman y Carlos Paez Vilaró, confluyen ambas expresiones, siendo su mención y la de sus obras una composición de beneficio mutuo lugar-persona, desde metonimias convenientes a ambas partes.

Y tras estos nuevos hacedores se mira hacia el oeste de Punta Ballena con superior presteza, pero sobretudo hacia el interior y hacia el este descubiertos tras su anonimato. Y aún luego de José Ignacio continúa la costa rochense, dónde Cabo Polonio ha ganado un lugar y sus imágenes llegan, nítidas, a la centralidad paulista y porteña, aunque excede a este trabajo ir hacia ello. La “Toscana” que advierte LN y FdSP es narrada a través de personas que transfieren el capital de su trayectoria, de sus lazos, de su capital, de su percepción. Los resultados de su labor, son proyectados en imágenes de medios de prensa mercosureños. Un acumulado de imágenes anteriores se complementa, redefine y diversifica en trazos siendo socialmente negociados año a año, en un proceso de multifocal supeditado a “(...) el examen

y la revisión constantes de las prácticas sociales a la luz de las informaciones referidas a dichas prácticas” (ASCHER, 2004, p.30).

5.1.4. Sociabilidad balnearia

5.1.4.1. Hotelería: de la península a la campiña

“El Este no tiene nada que envidiar a Las Vegas”³⁹⁹ indica un titular de 1997, tras inaugurarse el hotel Conrad “típicamente norteamericano”. El artículo detalla las máquinas, mesas y demás juegos de las novedosas instalaciones de casino. “Detalles que asombran”, indica el capítulo al respecto. A partir de entonces, otros artículos afianzarán el lugar ocupado por esa nueva centralidad de la sociabilidad balnearia. En octubre de 2003, por otra parte, en el artículo “Punta del Este se apresta para el verano”⁴⁰⁰ se lee que: “En el ámbito privado, la novedad más fuerte es la construcción de un gran hotel casino en Manantiales, que tendrá un parador sobre la playa, cuyo costo es de un millón de dólares”. La instalación resort emula el modelo Conrad, con sala de juegos pero también spa, salón de eventos⁴⁰¹ y cine.

En 2004, año de recuperación y salida de una de las más dramáticas crisis en la región, se informa que: “En Punta del Este se apostaron casi tres millones de dólares por día. Los casinos habilitados recaudaron 139% más que en la temporada anterior”⁴⁰². La atención de La Nación a Mantra y otros cambios en el balneario, ha sido más atenta respecto a Folha de São Paulo. Inclusive, en 2008 se retrata minuciosamente lo que llaman “Guerra de casinos en Punta del Este”⁴⁰³, en tanto la única sala privada de juegos del balneario no asociada a un hotel y localizada a 5 minutos a pie del Casino Conrad, deja de ser de gestión pública y pasa a

³⁹⁹ EL ESTE no tiene nada que envidiar a Las Vegas. La Nacion [online], Argentina, 5.ene.1997. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/el-este-no-tiene-nada-que-envidiar-a-las-vegas-nid61570/> Acceso: 11.jun.2021.

⁴⁰⁰ PUNTA DEL Este se apresta para el verano. La Nacion [online], Argentina, 5.oct.2003. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/punta-del-este-se-apresta-para-el-verano-nid533195/> Acceso: 2.jun.2021.

⁴⁰¹ Un ejemplo es el anuncio: “Esta noche, en el Mantra de Manantiales, actuará el cantante brasileño Paulinho Moska, que logra amplia convocatoria”:

CUMBIA, PSICOANÁLISIS y carcajadas en el verano de Punta del Este. La Nacion [online], Argentina, 23.ene.2010. Disponible:

<https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/cumbia-psicoanalisis-y-carcajadas-en-el-verano-de-punta-del-este-nid1225252/> Acceso: 11.jun.2021.

⁴⁰² EN PUNTA del Este se apostaron casi tres millones de dólares por día. La Nacion [online], Argentina, 11.feb.2004. Disponible:

<https://www.lanacion.com.ar/sociedad/en-punta-del-este-se-apostaron-casi-tres-millones-de-dolares-por-dia-nid572082/> Acceso: 11.jun.2021.

⁴⁰³ GUERRA DE casinos en Punta del Este. La Nacion [online], Argentina, 3.dic.2008. Disponible:

<https://www.lanacion.com.ar/el-mundo/guerra-de-casinos-en-punta-del-este-nid1076998/> Acceso: 11.jun.2021.

asociarse con empresa adjudicataria del hotel Mantra. Los casinos, marcan parte de la pauta esteña evidencian estas materias. "Revitalizar el Nogaró", fue una disputa en el momento sobre el que los años demostrarían la preeminencia del Hotel Conrad.

—

En artículo del 5 de enero 2012, cuando los ojos miran a Punta del Este y saber lo que allí sucede atrae profusas atenciones, el artículo titulado “Cinco lujos exorbitantes de Punta del Este”⁴⁰⁴ propone “(...) un recorrido por los lugares más exclusivos del balneario uruguayo”, allí se lee:

Seis kilómetros tierra adentro, uno puede pensar cómo alguien se hospeda en un lugar tan alejado de la playa cuando se está visitando un balneario. Pero al llegar a la recepción del hotel Las Piedras Fasano todo cobra un nuevo sentido. Desde la cima de una loma muy verde, el horizonte se extiende inmenso, y el atardecer pintado y casi onírico deja sin habla a cualquiera. Hospedarse en sus coquetos bungalows con vista al poniente, acceder al spa de primerísimo nivel, nadar en una piscina estratégicamente ubicada en la ladera a modo de balcón y deleitar el paladar con exquisiteces gastronómicas requiere de una billetera dispuesta a todo: cada noche cuesta entre 900 y 1300 dólares. El caviar, en el increíble restaurante instalado en una casa antigua que fue tallada en la piedra del lugar por sus primeros dueños, asciende a 365 dólares mientras que el mejor espumante se cotiza en 1050 la botella. Una cena completa para una familia tipo se calcula entre 800 y 6000 dólares.

A través de un ejercicio periodístico discursivo productor de sentidos (BENETTI, 2000), la narrativa avanza desde la peculiaridad de estar en el campo al habitar el balneario, para constatar la sofisticación y exclusividad diferencial del mismo, constatable en los diferenciados paisajes descritos o, inclusive, los precios en dólares que marcan el acceso al mismo. Al tiempo que se introduce al Fasano Las Piedras en artículos como el anterior y otros, a la par se presentan diversas propuestas en un nuevo modelo de alojamientos.

⁴⁰⁴ AJMAT, Silvina. Cinco lujos exorbitantes en Punta del Este. La Nacion [online], Argentina, 5.ene.2012. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/personajes/cinco-lujos-exorbitantes-en-punta-del-este-nid1438021/> Acceso: 27.may.2021.

En entrevista a Alexander VIK⁴⁰⁵, a la altura de 2014, se ahonda sobre su hotel boutique, otro emprendimiento inserto en la ruralidad a la vez que a pocos kilómetros de la costa atlántica esteña. El noruego, de origen argentino, relata como décadas atrás adquirió una propiedad rural en la zona puesto que “(...) nosotros, los europeos, tenemos una idea muy romántica de todo lo que representan las estancias y el campo”. A partir de su experiencia de veraneo, surge la apuesta de invertir en una posada de pocas habitaciones, decoradas por artistas uruguayos, para un público europeo. De la masividad del resort casino estos nuevos emprendimientos, también categorizados como de cinco estrellas, remiten a una sofisticación basada en la reserva, en un singular lujo para pocos. El inversor radicado en la zona afirma: “Hemos ayudado a crear una imagen muy buena de Uruguay. Antes en Europa o en Estados Unidos nadie conocía este país y ahora está viniendo bastante gente. Ha habido un gran crecimiento”.

En tanto FdSP dirige su mirada sobre Conrad y a veces Mantra, así como sobre Fasano y excepcionalmente VIK u otras ofertas cercanas, desde modelos de negocios hoteleros colindantes, de gran porte. Por otro lado, LN demuestra una mayor ecuanimidad y distribución de miradas sobre experiencias de unos y otros ejemplos de servicios de hospedaje. El restaurante Garzón de Francis Mallman es anunciado a la vez como posada, así como también la suntuosa bodega Sacromonte. A su vez Casapueblo, La Posta del Cangrejo y otras infraestructuras de pequeña a mediana escala han sido singulares hosterías, anunciadas de tal forma por LN, que se reinventan y ello es divulgado en la confluencia de servicios de hospitalidad y experiencias.

Además, la hotelería en sus diferentes escalas ofrecen servicios de gastronomía, las cuales no dependen de esas infraestructuras. Tales ofertas y otras no ligadas a un emprendimiento de hospedaje, adquieren suma relevancia para las coberturas del diario argentino.

405

NAVIA, Javier. Alexander Vik. "La temporada es muy corta para ser un negocio". La Nacion [online], Argentina, 25.ene.2014. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/alexander-vik-la-temporada-es-muy-corta-para-ser-un-negocio-nid1658306/> Acceso: 11.jun.2021. Otro artículo titulado “José Ignacio con nueva propuesta”, informa que la misma “se emplaza en un campo de 1500 hectáreas donde se invirtieron 25 millones de dólares. Posee áreas deportivas y amenities”. A la vez que agregan: “Llega La noticia también informa: “Punta del Este ofrece al mercado una interesante propuesta inmobiliaria de confort y originalidad. Estancia Vik, en José Ignacio, es una de las novedades, emplazada en un campo de 1500 hectáreas. Esta residencia es un hotel de estilo boutique con 12 habitaciones en suite, cada una decorada por distintos artistas plásticos uruguayos, más los espacios de infraestructura con esculturas y pinturas representativas”. 2 de febrero de 2009, La Nación. <https://www.lanacion.com.ar/propiedades/inmuebles-comerciales/jose-ignacio-con-nueva-propuesta-nid1095129/>

5.1.4.2. Gastronomía

“Comer con el murmullo del mar” es uno de los diferenciales de diferentes propuestas gastronómicas en PdE⁴⁰⁶. La zona balnearia, además, cuenta con un “Distrito Gourmet en Pedragosa Sierra”⁴⁰⁷, donde se encuentra La Bourgogne restaurante que Folha de São Paulo apenas enumera en índice de los *50 Best* - reconocida lista de los mejores restaurantes latinoamericanos -, sin ahondar al respecto. LN entra en detalles tales como que “(...) hay que conceder que la bodega de La Bourgogne es única en Punta del Este y quizás en Uruguay”, a la vez que menciona la presencia de “(...) botellas del Vallé du Rhône, de Borgoña, Burdeos y Alsacia” junto a “caldos chilenos, argentinos y uruguayos”. Se aclara, además que “(...) la pieza más lujosa es un Chateaux Petrus 1982. Cuesta la friolera de US\$ 15.000”, además de “(...) una botella de 1980 de La Grande Dame Magnum sale US\$ 2900”. La suntuosidad esteña persiste como imagen constante, en redacciones tales como ésta. Localizado el restaurante en un distrito que ofrece una gama más amplia de opciones y precios, que al momento del artículo se avizoraba una consolidación a la fecha alcanzada, alterna en su emplazamiento el corazón urbano de crecientes torres con el bosque de chalets esteño. Un escenario e imagen que pasa a convivir, como se ha visto, con la campiña marítima del nuevo este de Punta a medio camino de este mesón.

Igualmente, La Nación evidencia una mirada fina capaz de encontrar joyas raras como *Sí, querida*, “(...) un nuevo restó inaugurado hace algunos meses en el garage de la casa de la abuela del dueño, en Maldonado”, con “(...) platos exquisitos y muy buenos precios”⁴⁰⁸ que conectan el lujo puntaesteño con las proximidades de la ciudad de Maldonado, donde éste puede también remontarse. Un ejemplo de la mirada argentina que va más allá de una concentración en la península y franja costera, recurrente en las imágenes proyectadas sobre Brasil en capítulos anteriores indagadas. El artículo citado reseña otras opciones maldonadenses, así como diversos artículos otros apuntan tips sobre esa parte no tan mostrada

⁴⁰⁶ LA STAMPA en el Este. La Nación [online], Argentina, 18.ene.2004. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/la-stampa-en-el-este-nid564926/> Acceso: 14.jun.2021.

⁴⁰⁷ LA "MILLA DORADA" de Punta que cautiva a los sibaritas exigentes. La Nación [online], Argentina, 18.feb.2010. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/la-milla-dorada-de-punta-que-cautiva-a-los-sibaritas-exigentes-nid1234330/> Acceso: 14.jun.2021.

⁴⁰⁸ 10 COSAS QUE hay que hacer en Punta del Este. La Nación [online], Argentina, 28.ene.2010. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/turismo/10-cosas-que-hay-que-hacer-en-punta-del-este-nid1963746/> Acceso: 4.jun.2021.

del destino y que, a diferencia de José Ignacio, no necesariamente conforma una unidad simbólica por sobre límites jurisdiccionales.

La estancia Lapataia⁴⁰⁹, conocida desde hace varias décadas por su dulce de leche y festivales de jazz veraniegos - mencionados, al menos en algún breve periodístico desde FdSP -, es mencionada de forma usual. Antecedente de la nueva mirada al campo, aunque en una experiencia de pequeña granja diferenciable de las extensiones de tierra campera de la actualidad, así como localizada al oeste del balneario y no sobre el este que crece. en imágenes y miradas. Es de resaltar que FdSP no menciona este emprendimiento más que una sola vez, en 2008⁴¹⁰, en un primer antecedente de referencia al enoturismo en PdE que llevó miradas a suelo rural, aún algo inusual, más adelante el foco estará en el este del balneario lejos de ese atractivo que ha permanecido lejos de la mirada del periódico paulista. Por otra parte, otro establecimiento similar, Granja Narbona, se instaló un lustro atrás en la zona rural del área balnearia donde “(...) con algunos viñedos plantados, en el lugar instalaron un restaurante que es una suerte de establecimiento de campo en el que nada se interpone con la vista del paisaje de las cuchillas uruguayas, verdes como nunca”⁴¹¹. Trasladaron su producción e historia en el departamento de Colonia ligada a la vid, dulce de leche y otras producciones campestres, desde una instalación en la que converge lo típico con una fastuosa y cuidada puesta en escena que redobla la apuesta de antecedentes en el rubro, así como da cuenta de las nuevas propuestas hacia el interior y el este maldonadense. Lo que, sin mención específica como hace LN a detalles de este y otros emprendimientos, también evidencia FdSP.

El restaurante que inauguró el hotel Fasano en 2010 llama la atención de LN y contribuye a imaginar un cada vez menos cuestionado lujo puntaesteño “En sus contadas mesas se degustan las preparaciones del chef argentino Juan Manuel Guizzo, que se fogueó en las cocinas de los hoteles Four Seasons y Hyatt Mendoza”⁴¹². Primer hotel y restaurante

⁴⁰⁹ VERANO 2007. La Nacion [online], Argentina, 7.ene.2007. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/verano-2007-nid873329/> Acceso: 4.jun.2021.

⁴¹⁰ FUTEMA, Fabiana. Vinho e fazenda seduzem viajantes na região de Punta del Este. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 14. nov. 2015. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2008/11/467696-vinho-e-fazenda-seduzem-viajantes-na-regiao-de-punta-del-este.shtml> Acceso: 08.09.2022.

⁴¹¹ MAGLIONE, Alejandro. Luces y sombras de Punta del Este. La Nacion [online], Argentina, 23.feb.2017. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/luces-y-sombras-de-punta-del-este-nid1987266/> Acceso: 4.jun.2021.

⁴¹² NOVEDAD EN Punta: Hotel Fasano Las Piedras. La Nacion [online], Argentina, 19.abr.2012. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/turismo/novedad-en-punta-hotel-fasano-las-piedras-nid1964157> Acceso: 4.jun.2021.

internacional de la cadena paulista, que anuncia su expansión futura en Estados Unidos. Los platos característicos de la cadena están presentes, combinados con el pescado y dulce de leche locales. Su propuesta, en la campiña esteña, acompañó las miradas de una nueva vinculación entre campo, gastronomía y Punta del Este. Al influjo de Francis Mallman experimentando primero en José Ignacio y luego en Garzón.

El festival Wine & Food llevado a cabo en Garzón y José Ignacio, es citado por LN así como lo fue por FdSP, aludiendo a degustaciones en bodegas donde puede recogerse la vid y producir el vino, renuevan las vivencias gastronómicas y la mayoría de ellas cuentan con la participación o firma de prestigio de un nuevo protagonista del balneario. El afamado chef Francis Mallman tras haber sido pionero en José Ignacio optó por Garzón, “(...) un pueblito en medio de las serranías, a 70 kilómetros de Punta del Este, con apenas 600 habitantes. Allí, hizo del antiguo almacén de ramos generales, en una esquina frente a la plaza”, donde instaló una “(...) posada-boutique con cinco habitaciones y un restaurante”. Lugar en el cual “(...) espetó la arquitectura original, pero la recicló con elegancia y buen gusto”⁴¹³. Otro artículo de los varios que ahondan al respecto anuncian sus “delicias rústicas”⁴¹⁴, en una persistente señalización de nuevas expresiones e imágenes puntaesteñas.

Opciones de cocina internacional de alta categoría son expuestas por LN, así como también la emergencia de ofertas sedimentadas en producciones locales, ligadas a patrimonios gastronómicos uruguayos. Una faceta en ascenso frente a un balneario que, al decir de Rossana Campodónico (2017) supo construirse mirando hacia afuera, ofertando un ambiente de acceso a bienes y servicios internacionalizados, o mejor dicho, europeizados. Ello, en un contexto en el cual lo local y nacional se tornan apelativos de valor, frente a una globalización extenuante (OLIVEN, 2016), aunque en influencia mutua. FdSP atiende en mayor grado una mirada de internacionalización gastronómica, aunque dotando cada vez más atención a experimentaciones como las que el exotismo neorural del área ha pasado a ofrecer.

⁴¹³ EN UN rincón del Este. La Nación [online], Argentina, 23.ene.2005. Disponible:

<https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/en-un-rincon-del-este-nid672225/> Acceso: 4.jun.2021.

⁴¹⁴ PUNTA DEL Este brilla por sus fiestas top. La Nacion [online], Argentina, 7.ene.2007. Disponible:

<https://www.lanacion.com.ar/sociedad/punta-del-este-brilla-por-sus-fiestas-top-nid873325/> Acceso: 20.may.2021.

5.1.4.3. Vida nocturna

En el 2000, la “movida nocturna” es presentada en detalle: “Los balnearios de Master Card, Bikini y Manantiales ya están instalados como *in* en el inconsciente colectivo”, así como el parador Las Grutas, con sus fiestas Sunset. Es decir, “(...) atardeceres electrónicos, con DJ y bandas invitadas -una propuesta conjunta con Frágil Discos”. Ello, con la participación de DJs de Alemania y España, músicos argentinos del momento y más. Y, aparte, las fiestas nocturnas como el megaevento *Creamfields* que en 2008 trae al DJ Cattaneo⁴¹⁵, es que “Punta del Este brilla por sus fiestas top”⁴¹⁶ según otro titular. Tal como expone en 2013 el arribo del DJ David Guetta⁴¹⁷, que programaría su retorno en la temporada 2022 - 2023.

Proliferan en LN títulos tales como: “Vecinos de La Barra, inquietos por desmanes de jóvenes. Beben en la calle, se pelean y alteran la paz de la zona” (2006)⁴¹⁸, “El verano en la playa, una excusa para los excesos y el descontrol. Es notoria la inoperancia de las autoridades en los principales centros turísticos” (2008)⁴¹⁹. Las tardes de *rave*, preboliche y boliche persisten año a año, puede leerse⁴²⁰. En 2014, el boliche Madame y el pub Moby Dick siguen dando curso a la noche esteña, informa La Nación⁴²¹. Ello llevó a algunas medidas y planes públicos, surge como imagen negativa que no está presente en medios brasileños en ningún momento, menos familiarizados con el cotidiano local, como se ha sostenido. Las imágenes negativas

⁴¹⁵ HIMITIAN, Evangelina. Creamfields, la gran fiesta de la temporada en Punta. La Nacion [online], Argentina, 14.ene.2008. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/creamfields-la-gran-fiesta-de-la-temporada-en-punta-nid978669/> Acceso: 14.jun.2021.

⁴¹⁶ PUNTA DEL Este brilla por sus fiestas top. La Nacion [online], Argentina, 7.ene.2007. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/punta-del-este-brilla-por-sus-fiestas-top-nid873325/> Acceso: 20.may.2021.

⁴¹⁷ DAVID GUETTA, en el verano esteño. La Nacion [online], Argentina, 1.dec.2013. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/musica/david-guetta-en-el-verano-esteno-nid1643463/> Acceso: 14.jun.2021.

⁴¹⁸ VECINOS DE La Barra, inquietos por desmanes de jóvenes. La Nacion [online], Argentina, 23.ene.2006. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/vecinos-de-la-barra-inquietos-por-desmanes-de-jovenes-nid774504/> Acceso: 14.jun.2021.

⁴¹⁹ EL VERANO en la playa, una excusa para los excesos y el descontrol. La Nacion [online], Argentina, 17.feb.2008. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/el-verano-en-la-playa-una-excusa-para-los-excesos-y-el-descontrol-nid988110/> Acceso: 14.jun.2021.

⁴²⁰ GAFFOGLIO, Loreley. El "preboliche" tiene su reino en las tarde de rave en Bikini. La Nacion [online], Argentina, 9.ene.2010. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/el-preboliche-tiene-su-reino-en-las-tarde-de-rave-en-bikini-nid1220064/> Acceso: 14.jun.2021.

⁴²¹ AJMAT, Silvina. El Este se impone. La Nacion [online], Argentina, 4.ene.2014. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/el-este-se-impone-nid1652791/> Acceso: 14.jun.2021.

dominantes en FdSP, al menos para el período estudiado, son aquellas asociadas a un aumento de los robos en el área y anteriormente a la temperatura de sus aguas, quietud de su baja temporada y la desolación así como monotonía relativa de la misma.

El artículo de 2002 “En José Ignacio no quieren ruido ni boliches que desvirtúen la paz”⁴²², hace referencia al caso de Coyote, “(...) una discoteca de moda hace algunos años que rompió el silencio y finalmente fue retirada del lugar” . En tanto “(...) señal de alarma sobre posibles cambios, no sólo en arquitectura sino también en higiene sonora” que organizó al vecindario y detuvo nuevos intentos similares. Allí se evidencia el contraste entre zonas, experiencias e imágenes proyectadas por el balneario según sobre dónde la mirada sea puesta. Otro aspecto que interesa a un público familiarizado y estrechamente ligado al destino, como sucede con el lector de LN y no así de FdSP.

5.1.4.4. Celebridades

Las referencias a personalidades regionales y globales no dejan de estar presentes en referencias como las anteriores a un escenario de lujo en ascenso: “A las arenas top de Uruguay llegarán invitados especiales. Harrison Ford, Phillippe Junot y el príncipe Michel, de Yugoslavia”⁴²³, se leía en 2001. Mientras que, al verano siguiente, se leían reclamos de la ausencia del ex presidente Carlos Ménem, quien había preferido Puerto Vallarta con su esposa Cecilia Bolocco⁴²⁴. Donna Summer se hacía presente en 2004⁴²⁵, en ese mismo balneario donde había caminado Aristóteles Onassis⁴²⁶. Artistas argentinos como Susana Giménez, Marcelo Tinelli o Guillermo Francella son moneda corriente en alusiones de la prensa a lo largo de los años.

⁴²² EN JOSÉ Ignacio no quieren ruido ni boliches que desvirtúen la paz. La Nación [online], Argentina, 14.ene.2002. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/en-jose-ignacio-no-quieren-ruido-ni-boliches-que-desvirtuen-la-paz-nid366467/> Acceso: 5.jun.2021.

⁴²³ VACACIONES DE verano a toda costa. La Nación [online], Argentina, 22.dec.2000. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/vacaciones-de-verano-a-toda-costa-nid190806/> Acceso: 2.jun.2021.

⁴²⁴ PUNTA DEL Este, sin funcionarios. La Nación [online], Argentina, 17.ene.2002. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/politica/punta-del-este-sin-funcionarios-nid367295/> Acceso: 14.jun.2021.

⁴²⁵ APICELLA, Mauro. Donna Summer, en el túnel del tiempo. La Nación [online], Argentina, 28.nov.2004. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/musica/donna-summer-en-el-tunel-del-tiempo-nid658026/> Acceso: 14.jun.2021.

⁴²⁶ GORLERO: RECUPERAR el liderazgo. La Nación [online], Argentina, 27.nov.2004. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/propiedades/gorlero-recuperar-el-liderazgo-nid657660/> Acceso: 14.jun.2021.

Por otra parte, en 2007 se resalta que “(...)la visita sorpresa de la temporada fue la del millonario diseñador Ralph Lauren, que se instaló en una casa frente a la laguna de La Barra, que alquiló por más de 10.000 dólares diarios”⁴²⁷ Bruce Willis, el músico Charly García y el estilista Roberto Giordano son nombrados en 2010 como referencias a la versatilidad de veraneantes reconocibles en una temporada récord⁴²⁸ Ron Wood, de los Rolling Stones, selló el verano 2011⁴²⁹, además de “Cyndi Lauper, en el comienzo de la temporada de Punta del Este”⁴³⁰.

Mientras que en 2014 se leía sobre del legislador republicano Mark Sandord y también de Paris Hilton⁴³¹. La presencia de Ringo Starr en 2014⁴³² y Keanu Reeves en 2015⁴³³, o la llegada de Lionel Messi en lujoso avión⁴³⁴ no dejan de estar presentes en un sinfín de ejemplos que el universo del *jet set* provee a PdE. Lo relevante de tan vasta enumeración, responde a la amplia gama de nombres, ausentes de una correspondencia directa en medios como FdSP o ZH. La mención de LN sucede al momento del “hallazgo” de él/la visitante mientras para FdSP sucede muchas veces como un raconto posterior, en función de una comunicación de un asunto otro más allá de esa visita. La presencia de brasileños en PdE es

⁴²⁷ PUNTA DEL Este brilla por sus fiestas top. La Nación [online], Argentina, 7.ene.2007. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/punta-del-este-brilla-por-sus-fiestas-top-nid873325/> Acceso: 20.may.2021.

⁴²⁸ GAFFOGLIO, Loreley. Inicio de temporada récord en Punta. La Nación [online], Argentina, 4.ene.2010. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/inicio-de-temporada-record-en-punta-nid1218087/> Acceso: 14.jun.2021.

⁴²⁹ GAFFOGLIO, Loreley. En Punta del Este, los políticos brillan por su ausencia. La Nación [online], Argentina, 8.ene.2011. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/en-punta-del-este-los-politicos-brillan-por-su-ausencia-nid1339841/> Acceso: 15.jun.2021.

⁴³⁰ AJMAT, Silvina. Cyndi Lauper, en el comienzo de la temporada de Punta del Este. La Nación [online], Argentina, 28.dic.2010. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/personajes/cyndi-lauper-en-el-comienzo-de-la-temporada-de-punta-del-este-nid1428562/> Acceso: 18.jun.2021.

⁴³¹ GAFFOGLIO, Loreley. Verano 2014: lo mejor de la temporada alta, en Punta del Este, ya pasó. La Nación [online], Argentina, 9.ene.2014. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/verano-2014-lo-mejor-de-la-temporada-alta-en-punta-del-este-ya-paso-nid1654083/> Acceso: 18.jun.2021.

⁴³² FERNÁNDEZ, Nelson. Ringo Starr hizo vibrar a Punta del Este. La Nación [online], Argentina, 3.nov.2013. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/ringo-starr-hizo-vibrar-a-punta-del-este-nid1635080/> Acceso: 18.jun.2021.

⁴³³ ¡SORPRESA! KEANU Reeves anda de paseo por Uruguay. La Nación [online], Argentina, 29.ene.2014. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/sorpresa-keanu-reeves-anda-de-paseo-por-uruguay-nid1659600/> Acceso: 18.jun.2021.

⁴³⁴ FERNÁNDEZ, Nelson. El lujoso avión privado de Lionel Messi llegó a Punta del Este. 16.dic.2018. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/el-mundo/el-avion-messi-llego-punta-del-este-nid2203138/> Acceso: 18.jun.2021.

aquello que lleva la mirada brasileña de forma más habitual a una pequeña observación sobre su pasaje por el área balnearia, así como artículos en torno al destino no escatima en traer nombres diversos de otras latitudes de paso por la costa uruguaya.

5.1.4.5. Eventos

Los espectáculos musicales que traen a figuras como Bob Dylan, Shakira, Gloria Stefan y tantos otros son una constante traída por LN. Además, instancias como los Festivales de Jazz, entre otros. El Festival Internacional de Cine de Punta del Este resurgido en la década de 1990 ha servido a la imagen del destino, pero también el *José Ignacio Internacional Film Festival* con una propuesta en espacios abiertos y una selección autoral, o festivales temáticos como los de Cine Judío⁴³⁵ o Cine del Mar propiciados por empresarios locales, han tenido eco en LaN. A su vez, desde los Juegos Sudamericanos de Playa, a las fórmulas automovilísticas E o TC 2000⁴³⁶, los eventos deportivos abundan y muchas veces están ligados a un perfil elitizado como sucede con el polo y la regata. La cobertura de FdSP también ha mencionado una amplia gama de ellos, a pesar de la distancia. Señal de su apelo regional a un público general o específico, transfronterizo.

5.1.4.6. Artes

En el artículo “Carlos Páez Vilaró: el hombre que atrapó al sol”⁴³⁷ se habla de “(...) este artista montevideano que supo codearse con Brigitte Bardot, Pablo Picasso y Salvador Dalí nunca olvidó al hombre de la calle, al pescador y a los candomberos, que capturó y homenajeó en sus obras repletas de luz”. Entre la bohemia y la suntuosidad esteña será también figura recurrente en La Nación al igual que en FdSP. Para el caso argentino, se hará referencia a su casa de descanso en el país, en Tigre⁴³⁸, o la capilla que construyó en el barrio de San Isidro y que considera su mejor obra. No deja de conectar con el país al que dirige la imagen de PdE,

⁴³⁵ CINE JUDÍO en Punta del Este. La Nacion [online], Argentina, 8.feb.2005. Disponible:

<https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/cine/cine-judio-en-punta-del-este-nid677767/> Acceso: 18.jun.2021.

⁴³⁶ FERNÁNDEZ, Nelson. Punta del Este: comenzaron a reactivarse los alquileres para la temporada. La Nacion [online], Argentina, 8.dic.2008. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/punta-del-este-comenzaron-a-reactivarse-los-alquileres-para-la-temporada-nid1078683/> Acceso: 18.jun.2021.

⁴³⁷ CARLOS PÁEZ Vilaró: el hombre que atrapó al sol. La Nacion [online], Argentina, 26.oct.2003. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/carlos-paez-vilaro-el-hombre-que-atrapo-al-sol-nid537743/> Acceso: 18.jun.2021.

⁴³⁸ PÁEZ VILARÓ expone 50 años de su arte. La Nacion [online], Argentina, 10.jul.2008. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/cultura/paez-vilaro-expone-50-anos-de-su-arte-nid1028870/> Acceso: 18.jun.2021.

según sobresale. Así hacía relatando sus años en São Paulo o sus pinturas en Guarujá cuando hablaba para FdSP. Su obra arquitectónica, galería, posada y restaurante ha sido ícono a un lado y otro de la frontera uruguaya.

En paralelo a sus ecos mediáticos, de una Punta Ballena que supo desbravar cuando allí sólo habían piedras y monte, aparece otro artista que construye con osadía y a través de su *atelier* también refuerza el papel del arte en la imagen de Punta del Este. “Más de 2000 personas reunió el escultor Pablo Atchugarry en 2009 lanzaba una muestra de esculturas en su chacra marítima al este de Punta del Este sobre la ruta 104”⁴³⁹, se lee en FdSP. Más de un artículo le haría gala, con titulares tales como: “Las artes visuales dominan la escena en Punta del Este. El balneario uruguayo concentra cada vez más galerías y ateliers”⁴⁴⁰. En 2010 su muestra de dibujos de Le Corbusier⁴⁴¹ sentó un precedente que promovería el avance de un proyecto concretado en 2022: el Museo de Arte Contemporáneo Atchugarry. Ésta, no sería objeto de mención en una FdSP que demoró en llevar su mirada al entorno neorural donde se encuentra la Fundación.

Así como él otros artistas y diversos *merchants* abrían espacios de arte, que en su mayoría entre La Barra y José Ignacio proliferan. “En Punta del Este, el arte se hizo hábito”⁴⁴², argumenta una publicación de 2010 en la cual se anuncian las Gallery Nights del balneario. Noches en las que las galerías abren y agasajan a sus visitantes. Una tradición que se instala entonces hasta la fecha. Folha no las ha mencionado, pero sí ha incluido a la Fundación antes nombrada en sus sugeridos itinerarios que surgen de su contacto con el este y que pueblan las

⁴³⁹ DE ARTEAGA, Alicia. Arte y negocios en Punta del Este. La Nacion [online], Argentina, 20.ene.2009. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/cultura/arte-y-negocios-en-punta-del-este-nid1091473/> Acceso: 18.jun.2021.

Otro artículo señala “Visitar la fundación Pablo Atchugarry. Para los amantes del arte, un espacio imperdible ubicado en Manatiales. Cuenta con el taller del escultor, un edificio con tres salas expositivas, un auditorio destinado a conciertos y una sala que alberga la colección permanente. Todo esto rodeado de un inmenso y verde parque de esculturas de 15 hectáreas.”

10 COSAS QUE hay que hacer en Punta del Este. La Nacion [online], Argentina, 28.ene.2010. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/turismo/10-cosas-que-hay-que-hacer-en-punta-del-este-nid1963746/> Acceso: 4.jun.2021.

⁴⁴⁰ GAFFOGLIO, Loreley. Las artes visuales dominan la escena en Punta del Este. La Nacion [online], Argentina, 8.ene.2009. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/cultura/las-artes-visuales-dominan-la-escena-en-punta-del-este-nid1087787/> Acceso: 22.jun.2021.

⁴⁴¹ DE ARTEAGA, Alicia. Le Corbusier en Punta. La Nacion [online], Argentina, 23.ene.2010. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/cultura/le-corbusier-en-punta-nid1223767/> Acceso: 22.jun.2021.

⁴⁴² GAFFOGLIO, Loreley. En Punta del Este, el arte se hizo hábito. La Nacion [online], Argentina, 17.ene.2010. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/cultura/en-punta-del-este-el-arte-se-hizo-habito-nid1222847/> Acceso: 22.jun.2021.

nuevas evocaciones del balneario. “Se amplía la oferta cultural esteña. La Fundación Atchugarry se ha convertido en el polo de atracción, al que se suman las galerías ya afianzadas”⁴⁴³, se indica para 2012 en diálogo con estas nuevas infraestructuras a la vez que cimentando una imagen ligada a las artes, con mayor robustez a los ecos sobre tales circuitos culturales apreciables en el diario brasileño tomado como contrapunto.

En materia literaria, desde el artículo “El balneario que inspira a los escritores”⁴⁴⁴, su autora Juana Libedinsky lista una copiosa serie de escritores radicados en el balneario por corta o larga estadía, para escribir. A su vez, la Academia del Sur es citada como promotora de debates intelectuales sobre literatura en Punta del Este, tanto en la década de 1990 como principios de los 2000⁴⁴⁵ con el objetivo de aportar hondura a los veranos esteños según manifiesta, en una misma línea que el Centro de Artes y Letras de décadas anteriores. Igualmente, las grandes editoriales suelen organizar presentaciones de libros superventas que la prensa argentina usualmente anuncia, como sucedía por ejemplo con las Tardes Literarias⁴⁴⁶ en el Hotel Conrad. Si bien “(...)el teatro y los recitales no constituyen una salida obligada como en Mar del Plata”⁴⁴⁷, donde abundan tales ofertas y los Teatros de Revista componen parte de la imagen del lugar, en PdE tanto el drama como la comedia están presentes de forma ocasional a la vez que anecdótica, a través de excepcionales obras en cartel. Los festivales nombrados en sección eventos traen cine, así como las salas comerciales lo hacen también.

Una vez más, la atención de LN a tales agendas evidencia las particularidades de un consumidor argentino del periódico que, viaje o no al este uruguayo, resulta ávido y/o curioso por detalles de sus itinerarios estivales.

⁴⁴³ GAFFOGLIO, Loreley. Se amplía la oferta cultural esteña. 17.ene.2012. Disponible:

<https://www.lanacion.com.ar/sociedad/se-amplia-la-oferta-cultural-estena-nid1441143> Acceso: 22.jun.2021.

⁴⁴⁴ LIBEDINSKY, Juana. El balneario que inspira a los escritores. La Nacion [online], Argentina, 25.ene.2009. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/cultura/el-balneario-que-inspira-a-los-escritores-nid1093210/> Acceso: 22.jun.2021.

⁴⁴⁵ REGRESÓ LA Academia del Sur. La Nacion [online], Argentina, 12.ene.2005. Disponible:

<https://www.lanacion.com.ar/sociedad/regreso-la-academia-del-sur-nid670464/> Acceso: 22.jun.2021.

⁴⁴⁶ AGENDA CULTURAL. La Nacion [online], Argentina, 2.feb.2005. Disponible:

<https://www.lanacion.com.ar/cultura/agenda-cultural-nid675992/> Acceso: 22.jun.2021. PUNTA DEL ESTE Tardes literarias. Conducidas por Teté Coustarot y Pedro Engel, en el salón de Río de Janeiro del Conrad, Parada 4 de la Playa Mansa.

⁴⁴⁷ SIRVÉN, Pablo. En Punta, todo es un espectáculo. La Nacion [online], Argentina, 3.feb.2008. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/en-punta-todo-es-un-espectaculo-nid984053/> Acceso: 22.jun.2021.

5.1.5. Un lugar para residir

En el caso de Folha de São Paulo, recurrentes citas al empresario paulista Mario Cohen radicado en la ruralidad Punta del Este, dan señales de que resulta plausible residir en las reversiones esteñas de La Toscana o de Miami, según se suele narrar en recurrentes analogías discursivas. No obstante, un ejemplo dominante de prensa argentina como La Nación ha afianzado la imagen de PdE como lugar para residir, mientras ello en la cobertura de FdSP apenas surge al pasar.

Ya en enero 2002, se leía el artículo “Los argentinos que viven en Uruguay. Tentados por la calma y la seguridad”⁴⁴⁸, en la extensa redacción “(...) hablan de calidad de vida, de un cambio que los alejó de cosas queridas, pero que los acercó al tiempo de lo natural”. Sobrevivir surge como un desafío, se recomienda radicarse con empleo asegurado, recursos para invertir, una jubilación⁴⁴⁹. Aún ganando menos que en Bs As, adquiere sentido para una entrevistada. Otra nota, escrita varios meses después en agosto del mismo año, se titula: “Aumenta la cantidad de argentinos que quieren vivir en Punta del Este. La devaluación del peso uruguayo redujo los costos de los residentes extranjero”. En la misma se destaca una mayor presencia en centros educativos, clubes, restaurantes y más. Aunque, sin desbordes dada una tendencia todavía tímida, aunque posibilitando dinámicas comerciales antes inusuales en la baja temporada.

“El éxodo a Uruguay. Mudanza de empresarios y ejecutivos de multinacionales y bancos de inversión”⁴⁵⁰, también fue tema a mediados de aquel 2002. Se informaba entonces que “(...) algunos argentinos fueron enviados por sus empresas a Montevideo y no quieren volver más. Otros más adinerados mudaron su familia a Punta del Este y viajan a Buenos Aires de lunes a viernes para ocuparse de sus negocios”. Sobre la estabilidad uruguaya, se lee que, a pesar de que “(...) los ahorristas retiraron el 28% de los depósitos en lo que va del año, las instituciones políticas y judiciales no están en tela de juicio”. Narrativas que encuentran parangón con otras de un último tiempo, desde un especial foco en el estilo de vida posibilitado localmente.

⁴⁴⁸ LOS ARGENTINOS que viven en Uruguay. La Nación [online], Argentina, 19.ene.2002. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/los-argentinos-que-viven-en-uruguay-nid367809/> Acceso: 22.jun.2021.

⁴⁴⁹ "Me jubilé de mi vida empresarial y con mi mujer, María, que es abogada ambientalista, no dudamos en elegir la vida de campo, aquí en Punta del Este. En eso fuimos pioneros", en tiempos de las primeras chacras marítimas hoy consagradas.

⁴⁵⁰ EL ÉXODO a Uruguay. La Nación [online], Argentina, 30.jun.2002. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/economia/el-exodo-a-uruguay-nid409663/> Acces: 22.jun.2021.

Hasta 2013, no se repiten tales menciones en noticias que tengan como asunto principal tales migraciones. En ese año, un encabezamiento indicaba: “Uruguay, un imán: se triplicó la radicación de argentinos”⁴⁵¹. El texto luego desarrollado resultaba enfático: “Según los analistas, los argentinos que emigran a Uruguay buscan seguridad y alejarse de los conflictos”. Se recurre en el mismo a testimonios que lo corroboran, apelando a la seguridad y estabilidad presente en Uruguay a la vez que percibida como ausente en el país de origen. Se menciona entonces al músico Gustavo Cordera y al bailarín Julio Bocca, como figuras públicas de alto reconocimiento que tomaron esa decisión.

En 2022, por otra parte, LN informa que “(...) en los dos últimos años, los argentinos son los extranjeros que más fijaron residencia en este país, desbancando a los venezolanos”⁴⁵². El artículo destaca a su vez la radicación en áreas semirurales circundantes a la costa, de las que ya se ha hablado. La familiaridad de argentinos con el Uruguay dada una misma lengua y prácticas socioculturales afines, su cercanía y fácil movilidad con el lugar de origen, entre otros factores inciden en esa decisión; mientras que, para brasileños provenientes de regiones más distantes que Río Grande del Sur las dificultades tienen que ver con complejidades en el desplazamiento, además de diferencias de idioma, variaciones en clima y distancias socioculturales (CAJARVILLE, 2018). No obstante, FdSP trae de forma recurrente un caso icónico de migración por amenidad en la zona, como se ha planteado, a la vez que ejemplos se encuentran cada vez más, inclusive a través de emprendedores como la familia propietaria de Viña Edén. La apuesta por un lugar de campiña europeizada con urbanidad y servicios de calidad, asoma como un aparente diferencial de valor, aunque resta investigar al respecto en profundidad.

⁴⁵¹ FERNÁNDEZ, Nelson. Uruguay, un imán: se triplicó la radicación de argentinos. La Nacion [online], Argentina, 27.ene.2014. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/uruguay-un-iman-se-triplico-la-radicacion-de-argentinos-nid1658811> Acceso: 23.jun.2021.

⁴⁵² FERNÁNDEZ, Nelson. Los tres exclusivos enclaves de Punta del Este donde se concentran los argentinos que se fueron a vivir a Uruguay. La Nacion [online], Argentina, 1.abr.2022. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/los-tres-exclusivos-enclaves-de-punta-del-este-donde-se-concentran-los-argentinos-que-se-fueron-a-nid01042022/> Acceso: 2.abr.2022.

5.1.6. Un lugar para los bienes raíces

“Entre mar, dunas y bosques. Laguna Escondida Beach and Lagoon invertirá 50 millones de dólares en 120 hectáreas y 227 parcelas”⁴⁵³, se anuncia en un llamativo artículo de febrero de 2008. Uno más, entre tantos que en Argentina muestran los grandes emprendimientos del este uruguayo, ya sea el selecto barrio privado antes señalado o grandes torres en altura, así como opciones intermedias. Ejemplos de unos y otros, abundan. El interés en este mercado de bienes raíces es una expresión frecuente desde el medio de prensa aquí relevado, mostrando una cara del balneario en términos de lo que representan material y simbólicamente cada uno de estos emprendimientos, así como en la potencialidad de invertir o residir como otra imagen a considerar. En Folha de São Paulo, en un campo amplio de inversión inmobiliaria fuera del país que mira a Punta, Miami o Portugal como alternativas, también se llega a lectores con capacidad de invertir en bienes raíces u optar por segundas residencias.

“Impacta en Punta del Este la incertidumbre económica argentina. Los operadores turísticos prefieren anticiparse a tiempos de mayor turbulencia y procuran diversificar el origen del público que toma vacaciones en esa zona balnearia”⁴⁵⁴. Según se lee en 2008, a modo de ejemplo del interés continuo del diario argentino en acompañar los flujos del mercado inmobiliario que muestra una cara de PdE y que tanto interesan a un público lector argentino atento al balneario e involucrado con el mismo. Al informar al respecto, se afianzan imágenes como las hasta ahora indicadas, así lo relata la agente inmobiliaria Susana Giovinazzo en una nota de elocuente título “De lujo, frente a La Brava”⁴⁵⁵:

Punta del Este es la ciudad turística de más alto nivel de la región, sumado a la tradicional afluencia de visitantes provenientes de los países limítrofes. En la actualidad hay gran cantidad de visitantes europeos y norteamericanos, que eligen estas playas para disfrutar de su tiempo libre y también por la posibilidad de invertir.

"Este sector de Punta del Este es una de las zonas de mayor crecimiento inmobiliario de alta gama de los últimos tiempos"⁴⁵⁶. Mientras se ratifica argumentativamente el valor de invertir

⁴⁵³ REYES, Javier. Entre mar, dunas y bosques. La Nación [online], Argentina, 2.feb.2008. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/propiedades/entre-mar-dunas-y-bosques-nid983456/> Acceso: 23.jun.2021.

⁴⁵⁴ IMPACTA EN Punta del Este la incertidumbre económica argentina. La Nación [online], Argentina, 26.ago.2008. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/impacta-en-punta-del-este-la-incertidumbre-economica-argentina-nid1043536/> Acceso: 23.jun.2021.

⁴⁵⁵ DE LUJO, frente a La Brava. La Nación [online], Argentina, 8.oct.2011. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/propiedades/de-lujo-frente-a-la-brava-nid1412841/> Acceso: 23.jun.2021.

⁴⁵⁶ EN LAGUNA Blanca. La Nación [online], Argentina, 12.feb.2011. Disponible: <https://www.lanacion.com.ar/propiedades/en-laguna-blanca-nid1349198/> Acceso: 23.jun.2021.

en la zona, al mismo tiempo se evoca a Uruguay y su imagen. Una vez más, adquiere sentido en tanto imbuido de imágenes nacionales de estabilidad y cumplimiento eficaz de las normas:

En Uruguay los inversores argentinos se sienten más fortalecidos. La seguridad jurídica es una de las variables que lleva la delantera, no solo tenemos más consultas, sino que el mercado uruguayo parece más blando a la demanda de los argentinos, en el sentido de que brindan todas las herramientas para que ellos puedan comprar sin generar complicaciones⁴⁵⁷

Además, la sección *Jardín* del periódico no deja de exhibir la buena vida y valor estético que se da cita en el este uruguayo, como en el artículo: “Una chacra en Uruguay donde el agua es protagonista”⁴⁵⁸. Este ejemplo de chacra marítima se localiza sobre el oeste de Punta del Este, cerca de Punta Ballena donde se encuentra Casapueblo, allí las propiedades rurales también han surgido. En el último tiempo, hacia su interior sobre Valle Edén ha estado la mira puesta de inversores, medios e imágenes emergentes. Un foco que no resulta preciso en FdSP, en tanto las reminiscencias al área resultan en menor grado exhaustivas.



⁴⁵⁷ LOPARDO, Lucila. Punta del Este: lo que hay que saber antes de invertir. La Nacion [online], Argentina, 11.ene.2020. Disponible:

<https://www.lanacion.com.ar/propiedades/punta-del-este-lo-hay-saber-antes-nid2323138/> Acceso: 23.jun.2021.

⁴⁵⁸ UNA CHACRA en Uruguay donde el agua es protagonista. La Nacion [online], Argentina, 16.dic.2018. Disponible:

<https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/una-chacra-en-uruguay-donde-el-agua-es-protagonista-nid2089000/> Acceso: 25.jun.2021.

Más allá de las formas una u otra manifestación de intereses por el mercado inmobiliario esteño, tanto sea para residencia propia o inversión, debe considerarse el ahínco argentino en acompañar estas dinámicas dada una relación con el territorio que implica un alto número de propietarios, asiduos visitantes, clasificables en cuanto Torres define “turismo residenciado”. Respecto de quienes permanecen “(...) por largos periodos de tiempo mediante relaciones inmobiliarias, en los que realizan estancias más prolongadas que los turistas tradicionales, llegando incluso a fijar en ellos su residencia habitual, en busca de vivencias y satisfacciones similares a las de los anteriores” (TORRES, 2003, p. 47). Trochón (2017) insiste en esa particularidad argentina de “propietarios veraneantes” (p. 439), dado el número de personas que se vinculan al destino y una mentalidad de pertenencia sobre el mismo, donde a su vez capitales argentinos han hecho. Lo cual, “(...) confiere un rasgo singular a la relación que los argentinos han mantenido con Punta del Este” (p. 440).

5.2. Zero Hora

Zero Hora (ZH) es el periódico de mayor circulación en la Región Sur de Brasil, de la cual proviene una porción significativa de los turistas brasileños que visitan Uruguay. Integra el multimedios Rede Brasil Sul (RBS), propietario en los estados de Rio Grande do Sul, Santa Catarina y Paraná de ocho periódicos, cuatro portales web y 16 emisoras de radio. ZH se encuentra entre los cinco diarios más leídos de Brasil. La sede de operaciones se encuentra en la ciudad de Porto Alegre (POA). En las últimas décadas de redefinición de hábitos de lectura, este diario se ha situado como uno de los cinco a diez más leídos en Brasil (MEIO E MENSAGEM, 2020), dada su extensiva penetración en su Río Grande do Sul. Asimismo, a partir de 2008 se evidencia un “(...) *significativo investimento tecnológico*” (DE SOUZA Y GRUSZYNSKI, 2019, p. 188).

Para este medio gaúcho de proyección nacional, “(...) *constata-se a incorporação de elementos de uma cultura regional no discurso de Zero Hora, o que acaba por caracterizar o jornalismo feito pelo veículo (...)*” (FELIPPI, 2008, p. 13), encontrándose allí una explicación plausible de su preeminencia al Sur de Brasil, en confluencia con el potencial de difusión y autoreferenciación entre medios del grupo RBS (ibid.). Su lectura está asociada a las capas medias y altas, antes que populares que se inclinarían hacia otras fuentes tales como el Diário

Gaúcho (ibid.). Tales dimensiones de este medio, adquieren centralidad a la hora de su selección como fuente comparativa desde un territorio de estrecha relación histórica con el entorno de PdE.

A continuación se presenta un recorrido por los mensajes proyectados en artículos sobre Punta del Este de la última década, disponibles a quien accede al portal electrónico del periódico. Éste, surge como un medio de prensa localizado en el estado que traza una “*fronteira da paz e da amizade*”, según Brandalise (2011) releva en base a noción generalizada como estereotipo de definición relacional sobre un área fronteriza hermanada. Los lazos sostenidos a lo largo del tiempo de convivencia y *trocás*, dado el peso de una vecindad territorial de larga data, remiten a tales representaciones. Ángelo et al (2021), también relata la reiterada presencia entre las décadas de 1980 y 1990 del slogan “frontera de la paz” en radio, televisión y prensa escrita brasileña de alcance tanto del lado norte como sur de la divisa uruguayo-brasileña. En aquel entonces, señala la fuente recién citada, medios uruguayos de alcance nacional penetraban con dificultad al norte del Uruguay:

Este conjunto de medios de comunicación favoreció a algunos eventos que tenían lugar en las ciudades de Rivera y Livramento, así como también, a la promoción del incremento de visitas por parte de los brasileños de Río Grande do Sul (ÁNGELO et al, 2021, p.172).

Zero Hora surge como un medio de prensa brasileño, de amplia cobertura, con una familiaridad acentuada para con el Uruguay, respecto de medios brasileños localizados fuera del estado de Río Grande do Sul.

5.2.1. Un destino uruguayo al que los gaúchos pueden ir: lujo, civilidad y naturaleza

Balneário uruguaio repetidamente comparado à espanhola Ibiza, Punta del Este é velha conhecida dos gaúchos, quase um segundo lar para muitos que a frequentam como se estivessem se deslocando para o litoral do Estado. De carro, são pouco mais de 700 quilômetros a partir de Porto Alegre⁴⁵⁹.

Ir en auto, ómnibus o avión está a la mano para llegar a un viejo conocido destino..El escritor Moacyr Scliar, en el artículo de 2010 “A sabedoria uruguaia”⁴⁶⁰ aún imágenes de Uruguay y

⁴⁵⁹ TREMEA, Rosane. Punta del Este para principiantes. Zero Hora [online], Porto Alegre, 17.abr.2018. Disponible:

<https://gauchazh.clicrbs.com.br/colunistas/rosane-tremea/noticia/2018/04/punta-del-este-para-principiantes-cjft30bzt00zb01tgj25fgrqe.html> Acceso: 25.jun.2021.

⁴⁶⁰ MOACYR SCLiar: A sabedoria uruguaia. Zero Hora [online], Porto Alegre, 21.fev.2010. Disponible: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/donna/noticia/2010/02/moacyr-scliar-a-sabedoria-uruguaia-cjpmrzyk500d1vtencqgn4xxd.html> Acceso: 25.jun.2021.

de Brasil arguyendo cómo lo que hace a Punta del Este ser lo que es no es meramente su mar y demás paisajes, que en poco compiten con aquellos del Brasil, sino el carácter “civilizado” de los uruguayos que se expresa en un balneario que, a su vez, integra al mundo:

Como balneário, Punta del Este não é o bicho. Tem dois tipos de praia, a Brava, com ondas, a Mansa, sem ondas, mas nenhuma das duas chega aos pés das praias do Nordeste, ou de Santa Catarina ou de algumas do Rio Grande do Sul. No entanto, Punta del Este continua atraindo milhares de brasileiros, inclusive e principalmente gaúchos. São turistas que vão em busca de atrações que não dependem da natureza propriamente dita nem da meteorologia, sempre imprevisível. Punta del Este, dizem os fãs, tem muita coisa para ver e para fazer: lojas, excelentes restaurantes, boa programação cultural. Em fevereiro há festivais de cinema e de teatro e livrarias dignas de qualquer grande metrópole: dá para voltar de lá com material de leitura para um ano inteiro. E isso não tem a ver só com Punta del Este. Tem a ver com o Uruguai, um país muito pequeno, de população reduzida (3,3 milhões de habitantes, um terço do que tem o RS), mas absolutamente civilizado.

Nos anos 1960, o Uruguai era conhecido como a Suíça da América Latina: seu padrão de desenvolvimento aproximava-o dos países europeus. Foi dos primeiros países a implantar uma política de previdência social e de assistência aos idosos, que, aliás, formam boa parte da população; tem uma das menores taxas de pobreza do continente e um dos menores índices de analfabetismo. Foi o primeiro país do continente a estabelecer o divórcio (1907), e um dos primeiros do mundo a dar às mulheres o direito do voto. (...) Visto como um paraíso para os endinheirados, o balneário de Punta del Este, no Uruguai, deixou de ser um endereço apenas para ver e ser visto. Com mansões milionárias, cassinos, visitantes de classe alta e muita badalação, a praia uruguaia tornou-se um destino cobiçado por empreendedores gaúchos. Além de seguir o mesmo destino dos clientes durante a alta temporada, os negócios promovidos no país vizinho oportunizam uma visibilidade que vai além das fronteiras do Mercosul.

Por otro lado, en 2014 Paulo Sant'ana reseña PdE indicando que no hay uruguayos allí sino argentinos “Mas, aos poucos, os argentinos estão cedendo terreno em Punta del Este para os brasileiros, em breve haverá mais brasileiros em Punta do que argentinos”⁴⁶¹, aduciendo su contribución como inversores y frequentadores del área. Innegable resulta que tal disputa está abierta, aunque el arribo de otras nacionalidades muestra que una co-creación de varios orígenes tal vez resulte en otro posible cosmopolita relato. PdE surge como lugar de encuentros regionales, atravesando fronteras múltiples.

Podemos encontrar, más allá de aquella postura, una asociación notoria del país a las playas y a Punta del Este, como en este artículo escrito por enviada especial, “Guia Uruguai! Destino popular entre os brasileiros tem praia, balada, moda e natureza”⁴⁶²:

Sol, castelhano e um jeito diferente de curtir a praia, das mais badaladas às mais pacatas. A pouco mais de 500 quilômetros de Porto Alegre, um novo país se abre

⁴⁶¹ SANT'ANA, Paulo. Paulo Sant'Ana: o céu de Punta. Zero Hora [online], Porto Alegre, 29.dez.2014 <https://gauchazh.clicrbs.com.br/geral/noticia/2014/12/Paulo-Sant-Ana-o-ceu-de-Punta-4671800.html> Acceso: 27.jun.2021.

⁴⁶² GUIA URUGUAI! Destino popular entre os brasileiros tem praia, balada, moda e natureza. Zero Hora [online], Porto Alegre, 3.fev.2017. Disponible: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/donna/beleza/noticia/2017/02/guia-uruguai-destino-popular-entre-os-brasileiros-tem-praia-balada-moda-e-natureza-cjpjz3uye000vzecnvbgpb3sj.html> Acceso: 27.jun.2021.

aos brasileiros com diferenças sutis e paixões compartilhadas. (...) O Uruguai encanta pelas praias rústicas, pela liberdade proporcionada pela segurança e por reunir, do hippie ao hype, opções para todos os tipos de turistas. (...) Se há alguns anos o motivo da viagem costumava ser a diversão nos cassinos, hoje a gastronomia, as compras e a “esfera humana” do Uruguai se transformaram nas três características mais mencionadas pelos brasileiros que escolhem o país.

La distancia lingüística no ha sido objeto de mención en la prensa, llamativamente, salvo este caso que, por lo demás, refuerza la construcción de una imagen diversificada y doble de lo hype de las fiestas y los casinos a lo hippie de la tranquilidad costero rural. En todo caso con aquella “esfera humana” o “civilidad uruguaya”, sobre la cual se discutiera teóricamente en capítulos anteriores. Punta del Este acerca al Uruguay, en un artículo que enuncia la creciente llegada de brasileños y que menciona destinos como la costa rochense o, inclusive, Jaguarão, Rio Branco, Rivera e Chuy. Lugares donde “(...) conferir as novidades dos free shops é programa tradicional ao cruzar uma das três fronteiras”.

Los *gaúchos* evidencian un repertorio más amplio de Uruguay a partir de su proximidad, que les permite complejidad al situar Punta y a la vez que el destino sitúe al país. “*O Rio Grande do Sul tem, culturalmente, muitos pontos de contato com o Uruguai, e nos aproximamos muitos nos últimos anos*”, propone la Ministra de Turismo Liliam Kechichián al ser entrevistada para el artículo antes citado. Retomando cuanto concluía la columna de Sciliar, los *gaúchos* han entablado vínculos propios de la cercanía, diferentes en escala de aquellos que paulistas podrían sostener -a mayor distancia, más grande el nivel de inversión ha de ser -. La noticia de 2011 “Negócios rumam para Punta del Este”⁴⁶³ menciona desde salones de belleza, tiendas y fiestas. Avanzan hacia un lugar donde “(...) os anseios dos visitantes são acompanhados por hotéis luxuosos, restaurantes com chefs renomados, lojas de grifes e serviços de qualidade ”. La proximidad permite que “a identidade regional é ainda mais visível”.

Un destino de lujo, pero al que pueden ir los *gaúchos* y ser parte parece ser parte de lo que se propone imaginar en más de un caso, reforzando a la vez el lujo internacional de alto calibre que allí se propone. “*Por que as praias de Uruguai nunca saem de moda?*”⁴⁶⁴

⁴⁶³ COLUSSI, Joana. Negócios rumam para Punta del Este. Zero Hora [online], Porto Alegre, 9.jan.2011.

Disponibile:

<https://gauchazh.clicrbs.com.br/economia/noticia/2011/01/negocios-rumam-para-punta-del-este-3169756.html>

Acceso: 2.jul.2021.

⁴⁶⁴ KALIL, Mariana. Guia de verão: por que as praias do Uruguai nunca saem de moda. Zero Hora [online], Porto Alegre, 24.jan.2015. Disponible:

<https://gauchazh.clicrbs.com.br/donna/noticia/2015/01/guia-de-verao-por-que-as-praias-do-uruguai-nunca-saem-de-moda-cjple1zcf00khmncng166nxj5.html> Acceso: 2.jul.2021.

Não é de hoje que PUNTA DEL ESTE e está estabelecida como a "Saint Tropez uruguaia" ou os "Hamptons da América do Sul" - referência a um dos pontos turísticos franceses mais frequentados pelo jet-set internacional e à zona balnear de luxo na região de Nova York, respectivamente. O título soa glamouroso, e veranistas de primeira viagem estão sujeitos a cometer equívocos na hora de arrumar a mala, pensando em saltos altíssimos e figurinos de plumas e paetês. Alto lá! Aqui vai a primeira grande dica para quem planeja curtir o finalzinho de janeiro e o mês de fevereiro nesta linda cidade vizinha: Punta não tem nada de ostentação. É linda, é limpa, é internacional - e é simples. Por isso é tão chique.

Es limpia, además, un adjetivo inusual para referirse al lugar pero que adquiere sentido y puede reforzar aquella imagen de civilidad, de la que se ha argumentado.

El artículo de fines de 2013 argumentaba en igual línea, “(...) Punta del Este é para todas as turmas. Ao contrário do que se pensa, balneário uruguaio não é só para endinheirados”⁴⁶⁵, evidencia una imagen de exclusividad a la vez que intenta superarla. La cercanía del gaúcho torna posible acceder, en mayor grado a cuanto sucede para paulista y ello de por sí lo torna efectivamente más accesible. Se informa sobre el “(...) trânsito, areias lotadas, restaurantes abarrotados e sotaque gaúcho para todos os lados. Punta del Este contrasta com o clima slow life de outras praias uruguaias, como Punta del Diablo e Cabo Polônio. Mas esqueça a ideia de que só ricaço mergulha nesses mares gelados”. Se da cuenta, en esta y otras noticias, de que el gaúcho conoce más destinos costeros y otros puntos del Uruguay. Esta y otras publicaciones van más allá de Punta del Este, Colonia y Montevideo como spots a mirar en Uruguay, cual sucede en Folha de São Paulo.

Esto último encuentra diversas evidencias. En 2019, un enviado especial a invitación del Ministerio de Turismo de Uruguay, informa sobre “os principais destinos dos gaúchos no Uruguai” son la frontera seca (donde se encuentra Rivera, Río Branco, Chuy, Artigas), Punta del Este y Montevideo, también Colonia, la costa rochense y las zonas termales. Este último destino y el primero listado, referencias propias de los gaúchos cuyas imágenes resultan escasas o inexistentes desde otras proyecciones brasileñas sobre Uruguay, al menos para el caso de Folha de São Paulo sobre el cual se puede argumentar con propiedad. “om ônibus partindo direto de Porto Alegre. Una potencial apuesta al turismo canábico, aún no asegurada, la inclusividad LGBT+, la seguridad y estilo de vida tanto sano como apacible del país son otras referencias en la escueta redacción.

⁴⁶⁵ PUNTA DEL Este é para todas as turmas. Zero Hora [online], Porto Alegre, 10.dez.2013. Disponible: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/comportamento/viagem/noticia/2013/12/punta-del-este-e-para-todas-as-turmas-4359118.html> Acceso: 2.jul.2021.

En 2013 la nota “*Conheça as belezas escondidas da costa uruguaia*”⁴⁶⁶, también abonaba similares imágenes. Allí se lee:

O que o país tem a oferecer para além das roletas de cassino e free shops Além do glamour bem conhecido de Punta del Este, o país também conta com a rusticidade de redutos hippies com natureza exuberante e a sofisticação de uma gastronomia baseada em frutos do mar e vinhos Tannat. Isso tudo se soma à cultura acolhedora de um povo tão gentil quanto receptivo, que está aprendendo a reconhecer sua vocação turística.

5.2.2. Casino resort, fiestas y eventos para brasileños

*Com opções em gastronomia, cultura e entretenimento, Punta del Este se tornou reduto de brasileiros que buscam cenários paradisíacos, clima tropical e muita badalação. Por estarem mais próximos da região, os paulistas e os gaúchos ocupam o primeiro lugar na lista de presença brasileira no balneário*⁴⁶⁷

En octubre de 2011 se leía en Zero Hora: “*Focado no público brasileiro, o grupo uruguaio Manteo investiu US\$ 33 milhões e abre as portas do cassino para concorrer com um dos maiores da América Latina, o Conrad, de Punta del Este, também no Uruguai*”⁴⁶⁸. El emprendimiento al que se hace alusión no eran el Casino Nogaró ni el Casino Mantra, competidores de las últimas décadas de Enjoy Conrad en Punta del Este. El artículo hace referencia al “*Rivera Casino Resort, em Rivera, ao lado de Santana do Livramento*”. Si un lector paulista de Folha de São Paulo se retrotrae a las referencias en materia de casinos latinoamericanos que puede encontrar en el diario, o fuera de él, posiblemente piense en Punta del Este. No necesariamente sea la primera opción para los gaúchos, quienes en PdE encuentran una alternativa al juego y no su única opción. Igualmente, no cabe dudas de que la asociación de Uruguay con casinos y de PdE con algunos de ellos, resulta visible.

⁴⁶⁶ CONHEÇA AS belezas escondidas da costa uruguaia. Zero Hora [online], Porto Alegre, 10.dez.2013.

Disponível:

<https://gauchazh.clicrbs.com.br/comportamento/viagem/noticia/2013/12/conheca-as-belezas-escondidas-da-costa-uruguaia-4359141.html> Acceso: 2.jul.2021

⁴⁶⁷ CONRAD PUNTA del Este cria pacotes especiais para o verão de 2014. Zero Hora [online], Porto Alegre, 28.jan.2014. Disponível:

<https://gauchazh.clicrbs.com.br/comportamento/viagem/noticia/2014/01/conrad-punta-del-este-cria-pacotes-especiais-para-o-verao-de-2014-4401419.html> Acceso: 2.jul.2021.

⁴⁶⁸ ENJOY CONRAD Punta del Este lança projeto de festas com a participação de DJs brasileiros. Zero Hora [online], Porto Alegre, 20.set.2017. Disponível:

<https://gauchazh.clicrbs.com.br/geral/noticia/2017/09/enjoy-conrad-punta-del-este-lanca-projeto-de-festas-com-a-participacao-de-djs-brasileiros-9907792.html> Acceso: 2.jul.2021.

Por otro lado, la breve nota de 2016 “Bob Sinclair comanda festa em Punta del Este” refleja los aires festivos del balneario, especialmente para *Rèveillon*⁴⁶⁹. En 2018 regresaría y junto a un gaúcho reeditarían el evento⁴⁷⁰. Abrazar el nuevo año de blanco y en Punta del Este es anunciado no sólo en Folha de São Paulo sino también en Zero Hora⁴⁷¹, aunque en este último periódico lo hace junto a alternativas otras de la costa gaúcha y catarinense- especialmente los balnearios Atlântida y Jurerê -. Las opciones, dirigidas a público brasileño en gran medida e inclusive con ellos como organizadores fueron en diciembre de 2015 las siguientes:

La Fiesta Punta: A festa volta às areias do Uruguai sob nova direção, formada pelo argentino Roberto Planas, o uruguaio Santiago Guillén e o gaúcho Pedro Oliveira. A produção será na Praia Portezuelo. Nas picapes, a DJ Analú Giacomolli e o violinista Bruno Esperon, e, na gastronomia, Rodrigo Seninha e bar Veuve Clicquot.
Unique Punta: Fabricio Kroeff, Leandro Rosa, Grupo TE2 e o selo Punta Jet Set prometem luxo e conforto na Ponta da Península, em Punta del Este. A ideia é que os convidados assistam aos fogos na Mansa e caminhem até a balada. O line-up é composto pelo trio queridinho dos gaúchos: Thiago Matthias, Dudu Linhares e Pic Schmitz.

Tal como se indica, Punta del Este ofrece propuesta para brasileños e inclusive con brasileños, fortaleciendo la hospitalidad con la que se recibe al visitante extranjero, cuyas diferencias idiomáticas, consumos culturales y otros factores no suelen ser nombradas como obstáculo, aunque anuncios como los anteriores sugieren estímulo y acercamiento, nociones de una comunidad compartida. Pensar un lugar como un *producto turístico*, conduce a formular cuanto el mismo ofrece a aquello que un determinado público objetivo exige, desea o valora (BIGNAMI, 2002), ello desde quienes en la localidad gestionan el turismo o quienes desde fuera, gaúchos entre ellos para el caso de PdE, optan por invertir para responder a las expectativas que identifican entre brasileños, cuya proyección podrá hacerse eco desde ZH, así como en diversos otros medios.

⁴⁶⁹ BOB SINCLAIR comanda festa em Punta del Este. Zero Hora [online], Porto Alegre, 8.fev.2016. Disponible: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/opiniao/noticia/2016/02/bob-sinclair-comanda-festa-em-punta-del-este-4969925.html> Acceso: 2.jul.2021. ght, no Ovo Nightclub

⁴⁷⁰ DJ GAÚCHO toca com Bob Sinclar no Carnaval em Punta del Este. Zero Hora [online], Porto Alegre, 30.jan.2018. Disponible: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/colunistas/rede-social/noticia/2018/01/dj-gaicho-toca-com-bob-sinclar-no-carnaval-em-punta-del-este-cjd1qpqbx05ie01ke2pqr6jdg.html> Acceso: 4.jul.2021.

⁴⁷¹ CONFIRA DESTINOS e festas que prometem no Réveillon. Zero Hora [online], Porto Alegre, 1.dez.2015. Disponible: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/opiniao/noticia/2015/12/confira-destinos-e-festas-que-prometem-no-reveillon-4919285.html> Acceso: 4.jul.2021.

5.2.3. Rústica campiña, arte y tranquilidad sobre el mar

El artículo “Uruguai agora é foco de quem procura descanso, arte e boa gastronomia”⁴⁷², a través de una narrativa similar a la de Folha y La Nación, pone en palabras el proceso de transmutación de un lugar “antes conhecido pela badalação de Punta del Este, país presencia uma migração de turistas para redutos tranquilos como José Ignacio”. Referencias a los hoteles boutique, espacios de arte y nuevas migraciones son puestas a circular como imágenes en esa nota de 2016, escrita por invitada del Ministerio de Turismo de Uruguay al país. Otros textos del periódico tales como el siguiente, “Os charmosos restaurantes de José Ignacio, no Uruguai | Spice Up The Road”, lo reflejan:

*Localizado a 45km de Punta del Este, José Ignacio é uma antiga vila de pescadores que hoje se tornou a praia mais badalada do Uruguai. A união da sofisticação com a natureza é o que encanta a todos que visitam esta região. As lindas casas em contraste com o mar, lojinhas exclusivas de artesanato à arquitetura rústica são algumas das características que trazem o charme de **José Ignacio**. Porém, uma das grandes atrações e que vem tornando esta região tão conhecida e exclusiva são os restaurantes super charmosos que proporcionam desde pés na areia a lindos ambientes, descontração e comidas diferenciadas⁴⁷³*

La columna de turismo de Rosane Tremea “Punta del Este para principiantes”, recorre en 2018 el destino y además de dar una advertencia siempre conveniente para brasileños . “*Quem vai a Punta sabe que não encontrará água límpida nem quente nas praias do Rio da Prata (Praia Mansa) ou do Oceano Atlântico (Praia Brava)*”, además del clásico Casapueblo visita el Museo Ralli, inclusive el no tan mencionado Museo del Mar, y también la Fundación Atchugarry, mostrado el repertorio de arte que marida con la naturaleza que el lugar pasó a integrar

Você está num lugar com praia, tem sol lá fora e deve se perguntar: por que ir a um museu, meu Deus? Porque a primeira sugestão não tem nada a ver com um museu convencional: a Fundação Pablo Atchugarry, com pouco mais de 10 anos de existência, une arte e natureza e, apesar de contar com galerias em prédios fechados, tem inúmeras obras ao ar livre.

⁴⁷² URUGUAI AGORA é foco de quem procura descanso, arte e boa gastronomia. Zero Hora [online], Porto Alegre, 3.jan.2016. Disponible: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/opinia/noticia/2016/01/uruguai-agora-e-foco-de-quem-procura-descanso-arte-e-boa-gastronomia-4942332.html> Acceso: 4.jul.2021.

⁴⁷³ OS CHARMOSOS restaurantes de José Ignacio, no Uruguai | Spice Up The Road. Zero Hora [online], Porto Alegre, 21.jan.2015. Disponible: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/donna/noticia/2015/01/os-charmosos-restaurantes-de-jose-ignacio-no-uruguai-spice-up-the-road-cjple0m1x00k4mncnlcgy18yx.html> Acceso: 4.jul.2021.

En el artículo “*Cinco vinícolas para conhecer próximo a Punta del Este*”⁴⁷⁴ sobresale el desarrollo vitivinícola uruguayo, se aclara:

Punta del Este está dentro do departamento de Maldonado, onde florescem vinícolas- boutique e investimentos milionários. É por isso que, além das praias e da boa gastronomia, o luxuoso balneário vem atraindo os apaixonados pelo enoturismo, deixando de ser apenas um destino de verão para se tornar também um roteiro perfeito para brindar a dois ou com amigos.

Viña Edén

A vinícola que surpreende



Edén tem sócio majoritário brasileiro
Alexandra Arenovich, Café Viagem / Arquivo Pessoal

Figura 33 - Zero Hora, 19/03/2018.

La publicación citada recorre el trayecto que condujo a la conformación de tan promisoría oferta vitivinícola, demostrando nuevas caras del balneario. La gastronomía del mismo se resalta también, no es la única nota al respecto. En 2019 un encabezado de ZH anunciaba: “*Ir a Punta del Este e não conhecer estes bares e restaurantes pode ser considerado uma heresia. A tradição e a qualidade destes lugares já conquistaram gente do mundo inteiro*”⁴⁷⁵. Referencias a las lindas playas, “*charmosas ruas*” e inclusive una recurrente mención gaúcha a la limpieza local, no dejan de acompañar un exhaustivo listado de restaurantes que conjugan “*tradição e a qualidade*”. El aseo urbano e higiene en espacios particulares, gana espacio en discursos periodísticos de ZH, no así menciones explícitas en FdSP, algo que podría provenir

⁴⁷⁴ ARANOVICH, Alexandra. Cinco vinícolas para conhecer próximo a Punta del Este. Zero Hora [online], Porto Alegre, 19.mar.2018. Disponible: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/comportamento/viagem/noticia/2018/03/cinco-vincolas-para-conhecer-proximo-a-punta-del-este-cjevgyllx04a101p4unmm4onb.html> Acceso: 4.jul.2021.

⁴⁷⁵ NERY, Antonella. 10 lugares clássicos e imperdíveis em Punta del Este. Zero Hora [online], Porto Alegre, 20.dez.2019. Disponible: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/destemperados/experiencias/noticia/2019/12/10-lugares-classicos-e-imperdiveis-em-punta-del-este-ckbjb36t7000a3gsljkj8gfh.html> Acceso: 4.jul.2021.

de una naturalización de ello desde SP frente a una mayor sorpresa desde POA dada la cercanía con el destino. Meras hipótesis, sobre un aspecto de entre tantos a considerar sobre las imágenes de PdE.

Más allá de lo anterior, cabe destacar que la noticia “*Leitores dão dicas de pontos turísticos para conhecer em Punta del Este*” inicia con el copete “*entre os cartões-postais, estão a Casapueblo e a escultura Monumento ao Afogado, também chamada de La Mano ou Los Dedos*”. A pesar de tantos cambios, Los Dedos y Casapueblo son una constante perenne de las imágenes gráficas de Punta del Este.



Figura 34 - Zero Hora [fotografías de lectores], 18/02/2019.

5.3. Un encuentro de miradas entre Buenos Aires, Porto Alegre y São Paulo

“La comarca del pampa” en palabras del uruguayo Ángel Rama (2007, p.285), atraviesa la región central de Argentina, Uruguay y el sur de Brasil a través de una comunidad de paisajes, expresiones de las artes, tradiciones ligadas al campo y un legado gauchesco. Mientras que el *gaúcho* Vitor Ramil(2009) refiere a una “estética del frío” para pensar la misma región, su carácter humano melancólico, las expresiones culturales en sintonía, la vigencia de una naturaleza sutil frente a aquella tropical. En relación a esa comunidad que supera las arbitrarias barreras territoriales de los respectivos.

A partir de las referencias antes introducidas en este capítulo, se aprecia un conocimiento de mayor familiaridad desde el medio *gaúcho* ZH y el porteño LN, sustentado en su cercanía con Punta del Este y Uruguay. Asimismo, su mirada surge pionera frente a la paulista, en tanto otros puntos del Uruguay más allá de Colonia, Montevideo y PdE son evocados con frecuencia, en tanto los sitios y prácticas miradas en torno al país y el destino esteño. A pesar

de confluir con aquellos que FdSP igualmente observa, los mismos son objeto de mirada desde antes así como con mayores detalles. El giro hacia el este y el interior, que trasciende la costa y el calor del verano llevan a las planicies de la pampa y no temen al frío desde antes.

Al periódico argentino LN interesa notadamente el cotidiano del balneario, sus vaivenes económicos y políticos, sociabilidades y agendas, entre otros asuntos. Persistentes coberturas al respecto evidencian cuanto sostiene Trochón (2017), un compromiso y apropiación de un lugar donde la comunidad argentina es co-protagonista. Las transformaciones de las imágenes del balneario que FdSP evoca, surgen en LN con anterioridad, siendo ilustrativo la diversificación de la oferta de un balneario masivo con una agitada agenda social y concentrado en el centro de PdE, a otro taciturno desplegado hacia la campiña y playas esteñas en los entornos menos tocados por manos humanas. Mientras LN advertía de una invasión en José Ignacio a principios de los 2000, enviados de FdSP en reseñas turísticas por ellos elaboradas raramente mencionan ese rincón esteño y ni siquiera aparecía en mapas mostrados, apenas llegaban estos a Manantiales en tanto playa anterior aunque distante. Los itinerarios turísticos formulados desde el medio paulista, durante la década de 2000 transitaban de Casapueblo al puente de La Barra, salvo raras excepciones.

La emergencia de emprendimientos de arte de pequeña y gran escala, más allá del *atelier* de Punta Ballena regido por Paez Vilaró siempre presente, demoraba en llegar a FdSP cuando LN prácticamente no perdía pista, colaborando con otros medios argentinos en dar primeros vistazos que luego sentarían miradas que, sedimentadas, FdSP captaría. No obstante, a pesar de diferentes énfasis, y aún con demoras, suele corresponderse un mirar turístico inquieto, así como un interés sobre las bienes raíces, como también sobre una ruralidad pujante que acaba en la viticultura en novedoso ascenso. Un Punta del Este que afianza su sofisticación y exclusividad en el transcurso del tiempo, coviviente entre un modelo Las Vegas / Miami y otro Toscana /Hamptons, está presente en los tres medios escritos aquí tratados. Asimismo, la referencia al país propio en la construcción imagética/discursiva, en alusiones a la inestabilidad económica argentina o la inseguridad brasileña, ponen atenciones en un Uruguay que ofrece mayor estabilidad económica y seguridad a la vez que adquiere sentido desde particulares receptores.

ZH vuelve también sobre los atributos “humanos” o de “civilidad” entre uruguayos amables, confiables, tranquilos y además limpio, en ello insisten, algo que da valor al destino. Ello

también resulta de valor para los argentinos, a través de la perspectiva mostrada por LN. Los paisajes diversificados entre el campo sereno y la ciudad agitada, siempre sobre el mar, están presentes. La sofisticación es parte de la identidad que atribuyen, la cual muestran como un lujo accesible dada la cercanía, la posibilidad de ir rápidamente en ómnibus, buscar la forma de estar con mayor facilidad frente a los paulistas. Se reconoce la creciente cercanía de brasileños de todas las latitudes en el reducto costero uruguayo, en el caso de los *gaúchos* esto sucede desde lazos efectivamente mayores e históricos, reconociéndose, identificando e imaginan matices varios del Uruguay y los trayectos que posibilita. Punta del Este es un destino uruguayo en gran medida conocido por los lectores de ZH y no el único, aunque el más *chique* de entre éstos.

Para Nelson Peixoto (1989) las imágenes representan algo externo a sí mismas, para luego tornarse ellas mismas la realidad. Un argumento a considerar, aunque corresponde también reflexionar respecto de aquellas imágenes en torno a lo remoto y aquellas sobre objetos, o lugares, algo esperable cada vez más, aún trascendiendo la comunidad de la pampa sobre la que se discurre al inicio de este apartado. Lo cierto es que PdE, así como Uruguay, cada vez más se advienen a una mirada extranjera puesto que “(...) *nunca a questão do olhar esteve tão no centro do debate da cultura e das sociedades contemporâneas*” (íbid.) y, al mismo, tiempo somos objeto de “vidas móviles” (Elliott y Urry, 2010). Las cuales ponen en juego sentidos más allá de la vista para luego, entre la representación y su realización dar curso a imágenes como las que aquí han sido, o intentado ser, (des)hilvanadas.

6. Consideraciones Finales

De todo el país, el Este es el que parecería destinado a mejor fortuna. Es el más recorrido por ojos extraños - los que mejor ven -. Tiene un pasado sugerente de lucha de Imperios, y de aventura y secreto corsario. Junta campo, mar, palmar y sierra, vida cosmopolita y todo un archipiélago de antiguos decires y formas (REAL DE AZÚA, 1948).

Esta investigación ha tenido como objetivo acompañar a lo largo del período 1997 - 2020 las imágenes proyectadas sobre Punta del Este, así como su diálogo con las imágenes del Uruguay, en el periódico Folha de São Paulo. Otras fuentes consideradas, tales como los periódicos Zero Hora de Río Grande do Sul y La Nación de Buenos Aires, junto a diversas referencias e insumos bibliográficos y documentales, han servido para situar aquellas imágenes asociadas al “(...)lugar estratégico que ocupa Punta del Este - a medio camino de grandes ciudades emisoras de turistas como San Pablo y Buenos Aires- (...)” (DA CUNHA y CAMPODÓNICO, 2009, p. 619), desde ecos provenientes del centro-sur brasileño.

El eclecticismo habitual de la configuración urbana y social de los balnearios (TOULIER, 2002), desde el caso de Punta del Este, logra atraer nacionales y extranjeros como los brasileños para visitar, residir e invertir en el Uruguay desde un repertorio de imágenes producidas y reproducidas desde múltiples vehículos. La mirada de ojos distantes referida en el epígrafe, interesó a este trabajo de investigación a fin de acompañar un proceso de aumento de la familiaridad de la mirada brasileña con el destino en estudio, a través del *corpus* de análisis antes señalado.

6.1. Punta del Este, *xodó*⁴⁷⁶ dos brasileiros

Las investigadoras del turismo Rossana Campodónico y Gabriela Ángelo (2019), sostienen a través de folletería y contenidos de prensa rioplatenses que las imágenes de este lugar de encuentro entre el Río de la Plata y el Océano Atlántico entre 1960 y 2002, destacan su naturaleza costera. A la vez que se oscila entre pilares como una pacífica tranquilidad y una

⁴⁷⁶ *Xodó* o, “el preferido de”, es un término utilizado por los brasileños que puede encontrarse en un artículo escrito por Denise Mota para 2013 como colaboradora de FdSP al referirse a José Ignacio en zona de influencia de Punta del Este como “*xodó dos ricos e famosos*”.

MOTA, Denise. Zuckerberg e Ronaldo estão entre os habitué de Punta. Folha de São Paulo [online], São Paulo, 31.jan.2013. Disponible: <https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2013/01/1223027-zuckerberg-e-ronaldo-estao-entre-os-habitues-de-punta.shtml> Acceso: 6.fev.2021.

glamourosa vida social, entre el sosiego y el hedonismo. La mirada brasileña relevada desde FdSP discursa sobre imágenes proyectadas ligadas a la exclusividad del destino, sus paisajes y nociones de “civilidad”, en términos de condensación de representaciones mentales, sentimientos e impresiones generales (BALOGLU y MCCLEARY, 1999).

Las expresiones de sofisticación y lujo sobresalen notoriamente desde ricos y famosos en el área, a casinos y eventos grandilocuentes, así como hotelería de alta categoría y experiencias diferenciadas. Mientras que los paisajes costeros suponen una ardua competitividad ante la oferta de sol y playa puntaesteña en los discursos de FdSP⁴⁷⁷, se aprecia una tendencia de repliegue a una valorización del paisaje rústico-ruralizado revalorizador de un entorno de ciudad costera; a la vez que sobre tales escenarios se sitúa la imagen anterior. Ello, interligado a una proyección de un imagen de “civilidad” a través de trazos de estabilidad, seguridad, educación y amabilidad, convivientes con amenazas potenciales que no agotan la prevalencia de lo anterior. Ante imágenes dominantes de mar, casino y sociabilidad planteadas por Da Cunha y Campodónico (2009), acompañan transformaciones materiales y simbólicas que sostienen aquellos trazos a la vez que se redefinen y amplían.

Una emblemática hotelería de alta categoría media la mirada brasileña hacia PdE, a través de un proceso de consolidación de infraestructura no sólo de hospitalidad, sino también de conectividad y comunicación con el Sur y Sudeste de Brasil. Su oferta de amenidades, salas de juego (casino), eventos, prácticas deportivas y otros contornan miradas en torno a playas densamente urbanizadas al estilo de *Miami* y *Las Vegas* como también un repliegue hacia el rústico y campestre sector este del balneario al estilo de *The Hamptons* y La Toscana. Ello, según comparaciones evocadas en FdSP y otros medios, para un balneario que se contrasta con los más selectos reductos de turismo latinoamericanos, norteamericanos y europeos. Operaciones simbólicas de tales características se tornan habituales, sedimentando el acceso desde PdE a un “*universo do luxo*” (ORTIZ, 2019), en el cual el “*valor de diferenciação*” (NICOLAU NETTO, 2017, 2019) tanto de una asociación de larga duración sobre PdE a círculos sociales aristocráticos-elitizados, así como una imagen nacional de estabilidad y seguridad.

⁴⁷⁷ No así para gaúchos, cuyas playas detentan una magra consolidación de su atractivo frente a aquellas uruguayas o catarinenses (GOIDANICH, 1993).

La visita de brasileños ha sido una aspiración constante de la política turística uruguaya (DÍAZ PELLICER, 2012; TROCHÓN, 2017). Se han evaluado dificultades en competir con las playas brasileñas, aunque diferentes iniciativas tuvieron como foco alcanza por un lado al turismo *gaúcho* desde la proximidad geográfica, y por otro al *paulista* y *carioca* por el “status” y “jerarquía” de la propuesta turística uruguaya (ibid.). Lo antedicho se corrobora para las últimas dos décadas, a través especialmente de la singularización del destino compuesto desde un proceso de reflexividad turística (URRY, 2016) que enfatiza imágenes de de acceso un lujo globalizado ligado a servicios y bienes restringido, así como a la circulación de personas ligadas a un alto status, en tanto trazos del consumo del lujo (HORWATH, 2011). Desde celebridades a socialités, hasta marcas de prestigio que eligen radicarse en el balneario abonan esa imagen y se nutren de su acumulado, en un ejercicio de “transubstanciación simbólica” (BOURDIEU, 2002). La calidad y señales de distinción del equipamiento de hospitalidad, gastronomía, sociabilidad e inclusive logística urbana surgen como sustento y consecuencia de imágenes en proyección sobre un destino balneario que se diferencia de otros en el Atlántico Sur.

Ello, a fin no sólo de ver y ser visto en él como una señal de distinción a exteriorizar, sino también como una oferta que muestra potencial de ofrecer una sensación interiorizable de bienestar a través de la sofisticación, cualidad y restricción que le caracteriza. Tanto para la contemplación de paisajes cuidadosamente delineados, además de seguros, entre iguales; como para la interacción desde experiencias en un proceso de diversificación que incorpora no sólo el protagonismo de la vista sino de otros sentidos (URRY & LARSEN, 2011). Al estar en PdE, según sugiere FdSP, se accede en los últimos tiempos a mucho más que el mar, las compras, eventos diurnos o nocturnos y salas de juego, tornándose esperable desde cabalgar a avistar aves, hasta inclusive degustar galardonados vinos locales y, tal vez, participar de cosechar de la vid. Las imágenes de PdE se han multifacetado, algo que Anholt(2010) sugiere como parte de un desafío de ampliación de apelo hacia públicos diversos, a la vez que se intenta reproducir coherencia en torno al lugar o nación imaginado.

Tal como proponen Campodónico et al. (2021) el balneario se muestra “para todos”, en tanto un público masivo es capaz de verse seducido por él y puede llegar al mismo, pero no todos pueden ingresar a los mismos lugares aunque sí, transitar por la mayoría de sus paisajes y atractivos como Los Dedos, Casapueblo, el Puente de La Barra o el Circular de Laguna Garzón, sus casinos y sus playas, eminentemente, sin barreras de acceso. El “lujo accesible”

en tanto un sacrificio económico para estar allí, el “lujo aspiracional” en tanto afirmación de ser parte, o el “lujo absoluto” en tanto ausencia de mayores privaciones sobre aquello a consumir propuestos por Horwath (2011) encuentran vías de expresión en PdE, logrando que el destino se torne seductor para diferentes capas sociales que desde Brasil han accedido al viaje. No sólo ello motiva, también la búsqueda de lo nuevo, el paisaje más allá del lujo, o un desplazamiento multidestino a Uruguay que conduce como parte del itinerario a PdE.

Por último, un persistente proceso de incorporación de PdE a itinerarios para brasileños se observa a través de FdSP, con picos como aquellos registrados a principios de la década de 2010 de ostensible asociación al destino como un reducto para viajeros y *expats* del país tropical. Fotografías de Casapueblo, el Hotel Fasano, la Playa Mansa y más recientemente bodegas, el faro de José Ignacio o la Fundación Atchugarry acompañan. Sobresalen alusiones recurrentes a brasileños que han transitado por el destino, su elocuente clasificación como un destino balneario a la altura de los más deseados en Brasil y fuera de fronteras, así como un punto de referencia en materia de casinos, eventos (bodas, congresos, fiestas), hotelería de lujo, etc. Lo cual sedimenta una “mirada colectiva” (URRY, 2004) brasileña hacia PdE. El discurso de FdSP proyecta al destino como un centro de exclusiva hospitalidad, mediado por paisajes costeros y urbanos a su vez que campestres en los últimos años, circuito cultural y de actividades deportivas, escenario de marcas de *alto padrão*. Allí, el idioma jamás se menciona como una barrera, mientras que la tranquilidad, estabilidad y seguridad del destino encuentra un lugar destacado. Uruguay atraviesa e incorpora trazos como los anteriores, en un ejercicio de imágenes en influencia mutua.

6.2. Uruguay, *xodó dos brasileiros*

Este trabajo de investigación muestra desde FdSP para el período 2008 a 2015, un auge de las relaciones con el balneario Uruguayo a través de menciones recurrentes, ofertas de paquetes de viaje crecientes, ascenso de cruceros que descendía en el destino, instalación de hoteles y otros emprendimientos del centro-sur brasileño. Ello sucede como precipitación de procesos anteriores de construcción de un carácter elitizado al entorno costero puntaesteño que atrajo a paulistas como el magnate paulista Gilberto Scarpa o al gaúcho Alexandre Grendene, éste último como tantos otros sulistas atraídos a su vez por la cercanía de las playas uruguayas y la infraestructura turística de su costa. Políticas de beneficios fiscales a turistas y un tipo de cambio de relativa conveniencia en Uruguay, así como un alza en el nivel de ingresos de la

población brasileña, contribuyeron a una densificación de relaciones de movilidad entre Uruguay y Brasil que tuvo a Punta del Este como un vector de relevancia.

Uruguay encuentra en Montevideo, Colonia y Punta del Este los objetos de mirada turística por excelencia, junto a la emergencia progresiva de Carmelo, José Ignacio y Cabo Polonio, según el recorte de FdSP. El destino esteño aporta a la diversidad de imágenes del país, a su heterogeneidad, desde su estructura urbana y de servicios con aires de moderna “ciudad global” (RENFREW, 2004). Mientras que Montevideo y Colonia ofrece un europeizado “*arpassadista*”, entre arquitecturas patrimoniales y ofertas culturales urbanas, emerge la naturaleza de Carmelo o el litoral atlántico contiguo a PdE. El igualitarismo identitario uruguayo como “señal diacrítica” (OLIVEN, 2016) de la nación, sinónimo de una cercanía relativa al interior del país, subyace como un telón de fondo que no incide mayormente en el imaginar y conocer una elitizada Punta del Este pero colabora con éste desde relecturas europeizantes o “civilizantes”. Los contraste de las imágenes en torno Uruguay suelen evocar la diferencia con Brasil, tanto de un *ethos* uruguayo que está en cada uno de tales destinos, como de las prácticas socioculturales y la distinción de sus *habitués*, ello a partir del destino costero aquí estudiado.

Punta del Este era enfáticamente descrito en FdSP hacia fines de la década de 1990 e inicios de la década de 2000 como perteneciente a Uruguay, localizado a aproximadamente 140km de Montevideo, en el seno del MERCOSUR. A la fecha, poco habitual se ha tornado explicar de qué se habla cuando se escribe sobre PdE. Tal como se ha indicado perdió trascendencia la proyección del destino como un nodo de encuentro mercosureño en tanto el bloque vio disminuido su impulso, aunque se consolidó una construcción de imagen sobre PdE como uno de los destinos latinoamericanos más próximos a Brasil desde referenciales globales de distinción o sofisticación. El destino balneario ha atraído miradas desde Brasil sin necesidad de conjugación con la tríada que junto con Colonia y Montevideo ha conformado, en sí mismo ofrece cultura, urbanismo y paisajes no sólo litorales sino campestres. Se torna postal de Uruguay, no una ínsula ajena al mismo sino continuidad de *cosmovisiones* y *ethos* nacionales de una tranquila “civilidad”, así como vector de la pujanza de las transformaciones socioeconómicas de los últimos tiempos. Al menos, desde los discursos de Folha que, como propone el capítulo 5, en gran medida convergen con aquellos de otros medios de prensa. En contraste con imágenes vehiculadas por La Nación, suelen llegar a FdSP de forma tardía las imágenes que miradas argentinas de antemano acompañan y, tal vez, inclusive protagonizan

su formulación. La campaña de chacras marítimas alrededor de PdE, el avance hacia José Ignacio emerge para LN como una tendencia indeclinable hacia fines de 1990, mientras FdSP demorará una década más en dar especial atención a ello. Mientras a FdSP resulta necesario afianzar el mensaje de que es “*para os brasileiros*” el balneario, desde el poder imagético discursivo implicado, sobresale que la asociación a su pertenencia de argentinos está consagrada y es objeto de hincapié aún para FdSP como un trazo desde el cual narra las peculiaridades puntaesteñas.

Mientras el argentino viaja con asiduidad usualmente en el verano con duraciones que suelen superar un fin de semana largo, el brasileño viaja en feriados como *Réveillon* u otros, así como en cruceros, además de para eventos que van desde matrimonios a congresos, aunque cada vez más para permanecer un tiempo más extenso o inclusive residir. Por otro lado, a diferencia de una mirada gaúcha proyectada por Zero Hora, PdE surge como un nodo central para conocer un Uruguay lejano, el cual para los brasileños del sur es más cercano y del que se tiene más referencias tales como las ciudades en zona fronteriza y el litoral atlántico en su completitud. En tal sentido, puede sostenerse que conocer Uruguay no necesariamente depende de conocer PdE para quienes residen en Rio Grande do Sul

The cities of Montevideo and Punta del Este have become strategic sites for the imagining of a new Uruguay, as the political elite advertises its image abroad by showcasing these cities to the region and world. Punta del Este, with its modern high rises and attractive coastline, lavish mansions with manicured gardens, and its trendy shops and restaurants, is key to the success of this project (RENFREW, 2004, p. 15).

A 18 años de esta cita, la cual sostiene un horizonte para el balneario que se desarrollara en la introducción a esta tesis, el balneario esteño ha continuado contribuyendo a una imagen diversa del país y de su marca Uruguay Natural (CAJARVILLE et al., 2022), con la cual ha estrechado lazos materiales y simbólicos al incorporar campo al mar, calidad de la producción local y calidad de vida de un ser y estar en el país. Al mismo tiempo, en diálogo con diagnósticos como los postulados por Ángelo et al. (2021), ello no sólo incide sobre la nación sino sobre una Región Este uruguaya que apuesta a desestacionalizarse, a desconcentrar atractivos del centro urbano puntaesteño, a incluir productores locales, al fortalecimiento de identidad turísticas, un diálogo estrecho con el ambiente, entre otros.

Punta del Este evidenció intentos de posicionarse como ciudad nodal de un MERCOSUR que en la década de 1990 surgía con grandes pretensiones, según puede leerse en Folha de Sao

Paulo y otras fuentes que han sido referenciadas. Más allá de la asociación con esa marca regional haber perdido notoriedad, no así la capacidad de esa área urbana, rural y balnearia para encontrar a tomadores de decisión regionales desde su infraestructura, paisajes y sociabilidad. Asimismo, este entorno evoca trazos del Uruguay ante sus países vecinos, a través de cualidades identitarias nacionales y de la singularidad de un destino que sobre el litoral platense-atlántico fue posible. Una lectura minuciosa de FdSP muestra una creciente presencia de brasileños en PdE al avanzar el nuevo siglo, especialmente de aquellos provenientes del sudeste y sur, a la vez que denota una ostensible convivencia con argentinos y uruguayos en el destino. Su distendido encuentro, evidencia un alto potencial. El área balnearia al ser proyectada convida a conocer Uruguay, interpela se vaya o no sobre cómo es ese lugar; asimismo, viabiliza la circulación de imágenes que se conjugan con destinos nacionales como Colonia y Montevideo, entre otros, así como con una proyección más amplia de qué ofrece el país, sobre qué ofrece el Atlántico Sur americano. A su vez, la competitividad del destino posiciona al país y la región como una elección cercana a brasileños y argentinos, dotada de atributos de excepción, que invita a imaginar las formas de un entorno nacional y regional heterogéneo al conjugarse con otros destinos en mayor o menor grado próximos.

6.3. Limitaciones y consideraciones para investigaciones futuras

El estudio aquí realizado fue llevado a cabo durante un contexto marcado por una pandemia sanitaria que inició tras el primer año del doctorado, afectando las previsiones originales para el mismo y el trabajo de campo a ser realizado; asimismo, un paulatino debilitamiento de la inversión en enseñanza superior pública tanto en Brasil como en Uruguay, entre otros factores, disminuyó el acceso esperado a recursos para la realización del trabajo de campo inicialmente planificado. Ello condujo a adaptaciones hacia el acceso digitalizado a materiales documentales, limitando la abrangencia de insumos a ser contrastados. No obstante, las fuentes indagadas demuestran niveles de saturación en relación a los objetivos propuestos y han permitido un denso análisis de núcleos de sentido en torno a las imágenes proyectadas sobre el destino Punta del Este.

Múltiples interrogantes se abren a partir de la investigación realizada, tanto respecto a los derroteros futuros de procesos como los aquí indagados, como en relación a aspectos que han atravesado los mismos y cuyo análisis excede los fines de este trabajo. En tal sentido, resulta

relevante preguntarse sobre los desafíos para la convivencia de un Punta del Este de edificios y servicios concentrados sobre su núcleo urbano, frente a la lateralidad de sus entornos hacia el interior y el este de carácter agreste. La política existente de excepciones a la normativa de la construcción, ¿será capaz de sostener una diferencia nítida entre un área y otra? Resulta de importancia interrogarse sobre cómo esas dos caras de la zona balnearia, capaces de proyectar imágenes que atraen a públicos diversos que confluyen en el balneario, lograrán sostenerse como cara y cruz, *frente e verso*, de un destino que muestra al país. Las proyecciones simbólicas aquí indagadas, demandan condiciones materiales para su evocación. En tal sentido, ¿cuáles políticas de gestión local, de ordenamiento territorial y de desarrollo del turismo contribuyen a la sostenibilidad de un área de tan alto dinamismo e intereses?

Por otra parte, surgen incógnitas sobre las expresiones de turismo de lujo en el litoral este uruguayo, en torno a la internacionalización potencial así como en curso del mismo, tanto en la región latinoamericana como más allá de la misma. La capacidad del destino Punta del Este de ocupar un lugar para la competitividad uruguaya, a través de cuanto conjuga en su jurisdicción formal y entorno circundante, resulta ostensible a la fecha para esferas como la Agencia Uruguay XXI (organismo público encargado de la promoción nacional de inversiones, turismo y residencias), el Ministerio de Turismo, el Ministerio de Economía y otros ámbitos. No obstante, ¿qué demandan los consumidores de las imágenes de Uruguay y de Punta del Este?. ¿qué observan en ellas en la actualidad y más allá de la región mercosuriana? La cosmopolitización del litoral este conjuga desde imágenes de un país tranquilo, estable y seguro a imágenes de un destino sofisticado, moderno y de paisajes sugerentes; no obstante, ¿corre el riesgo PdE de devenir un lugar aparte del resto del territorio nacional? Es decir, ¿puede encontrarse en el destino una oportunidad de mostrar al país, de conducir a un interior más profundo y promover oportunidades para quienes allí residen, lejos de las dinámicas esteñas? Tal como la proliferación de viñedos, olivares, posadas de alta categoría y restaurantes suntuosos consolidaron una campiña esteña antes no mirada, ¿qué otras puertas pueden abrirse desde las imágenes esteñas y uruguayas a ser proyectadas a partir de cuanto materialmente en el este uruguayo y el país sucede?

Las “urbanizaciones privadas” (SEGURA, 2019), tanto a través de barrios jardín o residenciales semi-rurales cerrados como también de edificios de condominio, se propagan en el aglomerado urbano Maldonado - Punta del Este - San Carlos y adyacencias (GADINO et al, 2022) en busca de acceso privilegiado al paisaje, amenidades, seguridad y/o privacidad

garantizadas. Desde sus inicios el área atrae no sólo turistas sino también migrantes, los primeros habitualmente de capas medias a altas localizados en los entornos más valorados, mientras que los segundos usualmente de capas medias a bajas radicados en entornos de menor valorización (RENFREW, 2004). En los últimos años, un nuevo perfil residencial se corresponde en alto grado con aquel de pudientes turistas, algo que no resulta novedoso en su expresión sino en su escala que trasciende manifestaciones de turismo residencial (CAJARVILLE, 2022). Argentinos, brasileños, otros latinoamericanos y migrantes de orígenes aún más distantes eligen residir de forma temporal o permanente en un balneario que propone condiciones materiales y evocaciones simbólicas como las aquí tratadas. En tal sentido, resulta necesario interrogarse a tiempo sobre el desarrollo espontáneo o planificado de ese proceso, los marcos regulatorios del mismo y su incidencia en la convivencia local, en la integración o fragmentación comunitaria de una sociedad local de cercanía relativa, lo cual incidirá en configuraciones del paisaje humano y geográfico así como en cuanto ello permitirá o no sostener y proyectar.

La imagen de Punta del Este se ha ampliado hacia un interior uruguayo circundante, trasciende las playas y el sol, incorpora la vida y el arte, ¿incorporará otros alicientes? Los esfuerzos de modelar una ciudad educativa, con opciones terciarias, una ciudad tecnológica, con empresas de la high-tech, encuentran a la fecha esfuerzos público-privados. ¿Redundará ello en futuras imágenes? Aún resulta difícil encontrar menciones desde Brasil sobre esas últimas nuevas facetas del destino, acciones institucionales pueden mediar un cambio en tal sentido de ello ser considerado útil. A pesar de, a la fecha, no encuentran mayores ecos tales esfuerzos. Por otra parte, en diálogo con lo propuesto por Angelo et al. (2021), ¿podrán otros destinos complementarios del entorno PdE alimentar su imagen y retroalimentarse de ella? Aparte de ejemplos que han sido mencionados, tales como Pueblo Edén o José Ignacio, sectores productivos y turísticos transitan esfuerzos hacia una interdependencia y asociatividad de complementariedad, retención y desconcentración turística, desde la localidad de Aiguá al norte del departamento de Maldonado a múltiples destinos en los departamentos de Canelones, Lavalleja, Rocha y Treinta y Tres. Las imágenes, así como especialmente cuanto las sustentan, encuentran su lugar a través de una disputa constante por sentidos y prácticas que podemos llamar de “reflexividad turística” (SHELLER y URRY, 2004), para la cual un papel activo se torna indispensable.

7. Bibliografía

- ALBUQUERQUE, A. Journalism and Multiple Modernities: The Folha de S. Paulo Reform in Brazil. *Journalism Studies*, v. 20, n.1, p. 1-17. 2018.
- ALLIS, T. Em busca das mobilidades turísticas. *Plural*. Univ. de São Paulo, São Paulo, v. 23, n. 2, p. 94 -117. 2016.
- ALMEIDA, L. F. A Diplomacia Portuguesa e os Limites Meridionais do Brasil (1493-1700). Coimbra: Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, 1957.
- ALTMANN, L. Expansión urbana en un territorio turístico. Maldonado-Punta del Este (1985-2015). *Revista Pensum*. FAUD- Universidad Nacional de Còrdoba, Argentina. v.7, n. 7, p 27-45. 2021.
- ALTMARK, S.; MORDECKI, G.; SANTIÑAQUE, F.; RISSO, A. Demandas de turismo argentina y brasileña en Uruguay. Documento de trabajo. Montevideo: Udelar. FCEA-IESTA, Serie DT 12/01. 2012.
- ALVARIZA ALLENDE, R. La bilateralidad Uruguay-Brasil en las presidencias de José Mujica y Dilma Rousseff: apuntes desde la política exterior uruguaya. *Revista Conjuntura Austral*, v. 6, n. 27–28, p. 16 - 38. 2014.
- AMANCIO, T. O Brasil dos gringos: imagens do cinema, Rio de Janeiro: Intertexto, 2000.
- AMARO, A. Imaginarios turísticos en Las Palmas de Gran Canaria: arquitectura, patrimonio y turismo de cruceros. *Imagonautas: revista Interdisciplinaria sobre imaginarios sociales*, n 11, p. 57 - 81, 2018.
- ANDRADE, O. A utopia antropofágica. São Paulo: Editora Globo, 1990.
- ANGELO, G.; BIANCHI, F.; LUGO, I.; LEVRERO, V. Región Este. In: CAMPODÓNICO, G. y DE SOUZA, G. Hacia nuevos productos turísticos regionales. Montevideo: Ministerio de Turismo - Universidad de la República, 2020.
- ANHOLT, S. Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations. *Exchange: The Journal of Public Diplomacy*, v. 2. 2013.
- _____. *Places: Identity, Image and Reputation*. Londres: Palgrave Macmillan, 2010.
- ANDERSON, B. Nação e consciência nacional. São Paulo: Ática, 1989.
- AZPELIQUETA M. del C., CARDONA, J. R., & ABRIL M. La oferta turística de la ciudad de Ibiza en el siglo XXI: Patrimonio de la Humanidad y Establecimientos de Lujo. *Holos*, v 3, p. 413–428. 2018.
- ARCHETTI, E. Masculinities. Football, polo and the tango in Argentina. Oxford Nueva York: Berg, 1999.

AROCENA, F.; AGUIAR, S. Tres leyes innovadoras en Uruguay: aborto, matrimonio homosexual y regulación de la marihuana. *Rev. Cienc. Soc.* V.30. N.40. Montevideo, 2017.

ARONCZYK, Melissa. Living the brand: Nationality, globality and the identity strategies of nation branding consultants. *International Journal of Communication*. v. 2. n. 1, p. 41–65. 2008.

ASCHER, F. *Principios de urbanismo*. Madrid: Alianza Editorial, 2004.

ATTA. 2018 Adventure Trends Report. Lugano: Adventure Travel Association, 2018.

AZAMBUJA, P. *História das terras e mares do Chuí*. Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul - Escola Superior de Teologia São Lourenço de Brindes, 1978.

AYALA, D. C. S. ; MERLO, E. M. ; CABANILLA, E. ; BRAGA JUNIOR, S. S. . La imagen país de Brasil a partir de la percepción de consumidores de Países Andinos. *Espacios*. Caracas, v. 37, p. 25-30, 2016.

BALOGLU, S., MCCLEARY, K. W. A model of Destination Image Formation. *Annals of Tourism Research*, v. 26, n.4, p. 868-897. 1999.

BARCELÓ, N. Relaciones diplomáticas entre el Imperio del Brasil y el Estado Oriental del Uruguay: Análisis de la primera legación brasileña en Montevideo (1831—1837). *Estudios Internacionales*, v. 53, n. 200, p. 105–136. 2021.

BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1995.

BAYCE, R. *Cultura política uruguaya: desde Batlle hasta 1988*. Montevideo, Fondo de Cultura Universitaria, 1989.

BARRADAS, M. Portugal tenta ganhar terreno no turismo de luxo. *Publituris*, n. 1256, p. 46-49. 2013.

BENETTI, M. Análise do Discurso: estudo de vozes e sentidos. In: LAGO, C.; BENETTI, M.(org.). *Metodologias de pesquisa em jornalismo*. Petrópolis: 2007.

_____. *Metodologia de Pesquisa em Jornalismo*. Petrópolis: Vozes, 2008.

_____. O jornalismo como acontecimento. In: BENETTI, Marcia; FONSECA, Virginia Pradelina da Silveira. (Org.). *Jornalismo e acontecimento: mapeamentos críticos*. Florianópolis: Insular, v. 1, p. 143-164. 2010.

BEERLI, A. & MARTIN, J. D. Factors influencing destination image. *Annals of Tourism Research*, v. 31, n. 3, p. 657-681. 2004.

BITTENCOURT, G.; REIG, N.; RODRÍGUEZ, C. *La transnacionalización de la economía uruguaya 1990-2017*. Documento de trabajo DECON. Montevideo: FCS/Udelar, 2019.

BIGNAMI, R. *A imagem do Brasil no Turismo: construção, desafios e vantagem competitiva*. São Paulo: Aleph, 2002.

BIZZOZERO, L. R. El proceso regional del MERCOSUR en el siglo XXI: del regionalismo abierto a la prioridad estratégica sudamericana. *Revista Aportes para la Integración Latinoamericana*, v. XIV, n 19, p. 1-22. 2008.

_____. Integración regional en el Cono Sur 1980-2007. MERCOSUR como respuesta estratégica. In: GUERRA BORGES, A. Fin de época: de la integración tradicional al regionalismo estratégico México, Siglo XXI, p. 170-207. 2009.

BOTELHO, G. Luxo e charme na hotelaria em Portugal. Lisboa: G.B., 2009.

BOURDIEU, P. Sobre el poder simbólico. En: *Intelectuales, política y poder*, p 65-73. Buenos Aires: Eudeba, 2000.

_____. La distinción. Criterio y bases sociales del gusto. México: Taurus, 2002.

BRANDALISE, R. O consumo de “A Favorita” e “Passione” na fronteira Paraguai-Brasil e o estigma do Paraguai como o local de fuga dos vilões da ficção televisiva brasileira. *Brazilian Applied Science Review*, Curitiba, v. 5, n.1, p.328-339. 2021

_____. O acionamento de identidades compartilhadas na fronteira uruguaio-brasileira a partir da construção do Uruguai como proposta de consumo. *Revista Observatório*, v. 2, n. 5, p. 271–292. 2016.

_____. A Televisão Brasileira nas Fronteiras do Brasil com o Paraguai, a Argentina e o Uruguai - Um estudo sobre como as Representações Televisivas participam da articulação das Identidades Culturais no cotidiano fronteiriço. Tese de Doutorado. PPGCOM/ECA/USP. São Paulo: 2011.

BRAZILIAN MEDIA. Embassy of Brazil in London. 14 jul. 2015. Disponible en: <http://www.brazil.org.uk/press/brazilian-media.html>. Acceso 10/08/2017.

BREA, Guillermo. Marca País Argentina: su sistema de identidad visual. *Revista I+Diseño*, Universidad de Málaga, v. 1, n. 1, p. 59-67. 2009.

BRIDA, J.G.; LANZILOTTA, B.; RISSO, A. Turismo y crecimiento económico: el caso de Uruguay. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. v. 6, n. 3, Universidad de La Laguna, p. 481-492 . 2008.

_____.; BRINDIS, M., LANZILOTTA, B. y PIZZOLON, F. The impacts of tourism in economic growth and development in Uruguay. In: MONTERRUBIO, C., ANDRIOTIS, K. & STYLIDIS, D. (Eds.). *Tourism development and planning in Central and South America*. 2020.

BRITTO, J. & FONTES, N. Estratégias para eventos: Uma ótica do marketing e do turismo. São Paulo: Aleph. 2002.

BRYANT, L., & WALKER, D. Profitability and return on investment from casino amenities. Caesars Hospitality Research Center, Nebraska. 2010.

BUCK, Y. The Ubiquitous Tourist Brochure: Explorations in its Intended and Unintended Use. *Annals of Tourism Research*, v. 4 , n.4, p. 195-207. 1977.

BURKE, P. A arte da conversação. São Paulo, EDUSP: 1995.

CAETANO, G. A cien años de la muerte del barón de Río Branco: la contemporaneidad del tratado de rectificación de límites en el Río Yaguarón (1909-1910). *Cuadernos Del Claeh*, v. 33, n. 100, p. 105-123. 2012.

_____ ; AROCENA, Rodrigo. Escenarios para el futuro del Uruguay en el contexto latinoamericano contemporáneo. *Relaciones Internacionales*, Instituto de Relaciones Internacionales, UNLP. n. 46. 2014.

_____. Historia mínima de Uruguay. Montevideo, El Colegio de. México, 2019.

CAJARVILLE, D. La elección de La Paloma: migraciones y proyectos en la costa este uruguaya. *Dissertação (Mestrado em Antropologia)*, PPGA, UFF, Niterói, RJ, 2018.

_____. Ciudades balnearias latinoamericanas. *Cuadernos Del Claeh*, v. 40, n. 113), p. 117-133, 2021.

_____. ¿Éramos tan distintos? 115 años de Punta del Este. 5 jul. de 2022. *La Diaria*. Disponible en: <https://ladiaria.com.uy/periodista/daniel-cajarville/>

CAIRO, F. Sucedió en Punta del Este ...: La Batalla del Río de la Plata y otros aportes para la historia del balneario. Maldonado: Intendencia de Maldonado, 1994.

CALDEIRA, T. P. R. Ciudad de Muros. Crimen, segregación y ciudadanía en São Paulo, Barcelona: Gedisa, 2001.

CALVENTO, M. & COLOMBO, S. La marca-ciudad como herramienta de promoción turística: ¿Instrumento de inserción nacional e internacional? *Estudios y Perspectivas en Turismo*, v. 18, n. 3, p. 262- 284. 2009.

CAMPODÓNICO R.: DEMASI, E.; BUERE, G.; ÁNGELO, G. Uruguay turístico: entre imágenes y discursos (1960-2002). Montevideo: CSIC/Udelar, 2021.

CAMPODÓNICO, Rossana. Entre la política y el discurso: Uruguay turístico (1960-1986). Montevideo: Universidad de la República, 2020.

_____ ; ÁNGELO, G. El significado de la imagen de Punta del Este en la construcción del país turístico (1960-2002). In: Raúl Travé Molero y Claudio Milano (Coord.). *De dos orillas: imagen y experiencia en el turismo*. Tenerife: PASOS, RTPC, p. 83 - 105. 2019.

_____. El desarrollo turístico en Uruguay (1960 -2014). In: WALLINGRE, N. (coord). Desarrollo del turismo en América Latina: fases, enfoques e internacionalización. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes. 2017, p. 218 - 247.

_____; CHALAR, L.; ÁNGELO, G. Punta del Este: su centralidad en el imaginario uruguayo. Congreso Internacional de Investigación Turística, Bogotá, 2014

_____; DA CUNHA, N. Mar del Plata y Punta del Este. Entre la permanencia y la renovación. Estudios y Perspectivas en Turismo. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, v. 18, n. 5. 2009.

CAMPRUBÍ, R. Guía, J y Comas, J. Analyzing image fragmentation in promotional brochures: A case study of two urban destinations. Journal of Hospitality & Tourism Research, v. 38, n. 2, p. 135-161. 2014.

CAMPUZANO, S. El universo del lujo: una visión global y estratégica para profesionales y amantes del lujo. Madrid: McGraw-Hill, 2003.

_____. El mundo del lujo: Tan amplio como diferente. Harvard Deusto. Marketing & Ventas, v. 56, p. 44-50. 2004.

CANCLINI, N. G. Consumidores e cidadãos. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2010.

_____. Leitores, espectadores e internautas. São Paulo: Iluminuras, 2008.

_____; VALENZUELA, J. M. Intromisiones compartidas. Arte y sociedad en la frontera México/Estados Unidos. Programa de Fomento a Proyectos y Coinversiones Culturales del Fondo Nacional para la Cultura y las Artes. San Diego y Tijuana: InSITE 97, 2000.

_____. Consumidores y ciudadanos: conflictos multiculturales de la globalización. Ciudad de México: Grijalbo, 1995.

CARRASCO, G., BONIFACIO, K., WOELKE, N. Inversiones inmobiliarias en Punta del Este. Tesis de grado, Universidad de la República (Uruguay). Facultad de Ciencias Económicas y de Administración, 2009.

CASAGRANDE, Iraci. Gramado: o lago, as hortênsias e o turismo. Gramado: Lorigraf, 2018.

CASTELLÓ A.; DEL PINO, C. La comunicación publicitaria con influencers Redmarka: revista académica de marketing aplicado, n. 14, p. 21-50. 2015.

CASTRO, C. Narrativas e imagens do turismo no Río de Janeiro. In VELHO, G. (org.), Antropologia urbana: Cultura e sociedade no Brasil e em Portugal. Río de Janeiro: Zahar, 1999, p. 80-87.

CATALANO, B. Integración, turismo y Mercosur: reflexiones sobre los visitantes regionales en la ciudad de Buenos Aires. Si Somos Americanos, Santiago, v. 21 n.1. p. 78 - 102. 2021.

CCPE. Destino Punta del Este. Disponible en: . Recuperado: 25/10/2020. Disponible en: <https://www.centrodeconvenciones.com.uy/destino/>

CHESNAIS, F. La mondialisation du capital. Paris: Syros, 1994.

CNN. Uruguay: 10 great reasons to visit a South American treasure. 2 abr. 2017. Disponible en: edition.cnn.com/travel/article/uruguay-travel-10-reasons-to-visit/index.html Acceso: 6/08/18.

CONDÉ NAST TRAVELER. The Best Resorts in the World. 17 oct. 2017. Disponible: <https://www.cntraveler.com/gallery/best-resorts-in-the-world> . Acceso: 21/08/2018.

CORBIN, A. O território do vazio : a praia e o imaginário ocidental. São Paulo: Comp. das Letras, 1989.

CORREA M. E. Creación, subjetividad e innovación en el diseño independiente actual. In: WORTMAN A. (Comp.), Un mundo de sensaciones. Sensibilidades e imaginarios en producciones y consumos culturales argentinos del siglo XXI. Buenos Aires: IIGG-CLACSO, 2018, p. 27-55.

COSTA E. R. C. Turismo gourmand: o luxo e a gastronomia como vetores para o apetite de viajar. Turismo e Sociedade v. 5, n. 1, p. 310-339. 2012.

CROTTS, J. C. The Psychology of Travel – What is Luxury? American Demographics, v. 1, n. 5, p. 1 - 7. 2003.

CROMPTON, J.L. An assessment of the image of Mexico as a vacation destination and the influence of geographical location upon the image. Journal of Travel Research, v. 17, n. 4, p. 18-23. 1979.

D'AMBROSIO CAMARERO, L. La experimentación perceptual de la costa y el mar: un estudio con surfistas, biólogos y pescadores artesanales Tessituras, Pelotas, v. 5, n. 1, p. 29-55. 2017.

DA CUNHA, N.; CAMPODÓNICO, R. Uruguay: Hacia la noción de país turístico. Estudio histórico 1930 – 1955. Anuario IEHS, Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires, v. 27, p. 331-367. 2012.

_____. Mar del Plata y Punta del Este: Entre la permanencia y la renovación. Estudios y Perspectivas, v. 15, n. 5, 2009.

_____. Aportes al estudio comparativo del turismo en el Cono Sur (1900-1930). América Latina Historia Económica, n.24, p.39-60. 2005.

DA CUNHA, N.; CAMPODÓNICO, R.; MARONNA, M.; DUFFAU, N.; BUERE, G. Visite Uruguay: del balneario al país turístico. Montevideo: Banda Oriental, 2012.

DE ARMAS, G. De la sociedad hiperintegrada al país fragmentado. Crónica del último tramo de un largo recorrido. In: 20 años de democracia. Uruguay 1985 - 2005. CAETANO, Gerardo (org.). Montevideo: Taurus, 2005.

DE AZEVEDO, T. A praia: espaço de socialidades. Salvador de Bahía: EDUFBA, 2016.

DE LA SOTA, J. M. Historia del Territorio Oriental del Uruguay. Tomo II. Biblioteca Artigas, v. 73. Montevideo: Barreiro y Ramos, 1965.

DE SOUZA, M. E.; GRUSZYNSKI, A. O Jornalismo móvel em Zero Hora. In. CANAVILHAS, J.; RODRIGUES, C.; GIACOMELLI, F. Narrativas jornalísticas para dispositivos móveis. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2019.

DWTG. Destination Weddings Travel Group - 2018 Trend Report. Disponible: <https://www.destinationweddings.com/media/DWTrendReport2018/#> Acceso: 07/07/2022.

DEL PINO C., CASTELLÓ A. & RAMOS-SOLER, I. La comunicación en cambio constante. España: Fragua, 2013.

DÍAS BONSANTO, A. Da modernização à autoridade: a grande imprensa brasileira, entre a ditadura e a democracia – Folha de S. Paulo e O Globo, 1964-2014. Opin. Pública, v. 25, n.3, p. 472 - 494. 2019.

DÍAZ DE GUERRA, M. Diccionario biográfico de la ciudad de Maldonado (1755-1900). Montevideo: IMCO, 1974.

_____. Historia de Maldonado. Tomos I y II. Intendencia Municipal de Maldonado: Maldonado, 1988.

_____. Síntesis histórica del departamento de Maldonado. En: Almanaque del Banco de Seguros del Estado, Montevideo, 1989.

_____. José Ignacio, la apertura del camino. Fondos Pro Cultura – Intendencia de Maldonado: Maldonado, 2010.

DÍAZ PELLICER, L. 2012. El turismo receptivo en Uruguay (1930-1986). Documento de Trabajo N° 27. Montevideo: Facultad de Ciencias Sociales - Universidad de la República, 2012.

DINNIE, K. Nation Branding. Concepts, Issues, Practice. Oxford: Elsevier, 2008.

DOLZ GÓMEZ, M. El representante político en la construcción de marca-territorio: El fenómeno Uruguay. Trabajo de Fin de Grado, Publicidad y Relaciones Públicas. Castellón de la Plana: Universitat Jaume I, 2015.

DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. The World of Goods: Towards an Anthropology of Consumption. Psychology Press, 1996.

ECHEVERRI, L. M.; ESTAY-NICULCAR, C. A.; HERRERA, C. & SANTAMARÍA, J. Desarrollo de marca país y turismo: El caso de estudio de México. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, v. 22, p. 1121 - 1139. 2013.

ELÍAS, N. *El proceso de la civilización*. México: Fondo de Cultura Económica, 1998.

FAN, Y. Branding the nation: what is being branded?. *Journal of Vacation Marketing* v. 12, n. 1, p. 5-14 . 2006.

ELLIOTT, A.; URRY, J. *Mobile Lives*. London: Routledge, 2010.

FELIPPI, A. C. T. *Jornalismo e identidade cultural: construção da identidade gaúcha em Zero Hora*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2008.

FORTES W. G.; SILVA M. B. R. *Eventos: estratégias de planejamento e execução*. São Paulo: Summus, 2011.

FREITAS, R. F.; LINS, F.; SANTOS, M. H. G. Brasil em 8 minutos: a (re)apresentação do país na cerimônia de encerramento da Olimpíada 2012. In: *Encontro da Compós 21.*, 2013, Salvador, BA. *Anais da XXII COMPÓS*. Salvador, 2013.

FRISA, M. L. *Las formas de la moda. Cultura, industria, mercado*. Buenos Aires, Argentina: Ampersand, 2020.

FAIRCLOUGH, N. *Language and power*. London: Longman, 1989.

FREIRE-MEDEIROS, B. *O Rio de Janeiro que Hollywood inventou*. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

_____ ; CASTRO, Celso. A cidade e seus souvenirs: o Rio de Janeiro para o turista ter. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*. v. 1, n. 1, p 34-53. 2007.

_____ ; CASTRO, Celso. Destino Cidade Maravilhosa. In: CASTRO, C.; GUIMARÃES, V.; MAGALHÃES, A. (org's). *História do Turismo no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2013.

FILARDO, V. Globalización y Turismo: Impactos en los Territorios. *Pampa*, v. 1, n. 2, p. 185-217. 2006.

FILGUEIRA, F; GARCÉ, A.; RAMOS, C.; YAFFÉ, J. Los dos ciclos del Estado uruguayo en el siglo XX. En: NAHUM, B. y CAETANO, G. (coords.), *El Uruguay del siglo XX - Tomo II*. Montevideo: Ediciones de la Banda Oriental, 2003, p. 173-204.

FILGUEIRA, C.; FILGUEIRA, F. *El largo adiós al país modelo: políticas sociales y pobreza en el Uruguay*. Montevideo: Editorial Arca, 1989.

FONTANA DI RENDE, C. *Artes visuales contemporáneas y su impacto en el turismo artístico-cultural de los destinos. Aproximación desde el caso de estudio de Punta del Este y*

alrededores, en Maldonado, Uruguay. Facultad de Turismo, Universitat de Girona. Trabajo final del Máster en Turismo Cultural. 2021.

GADINO, I., SCIANDRO, J., TAVEIRA, G., & GOLDBERG, N. Tendencias y efectos socioambientales del desarrollo inmobiliario turístico en zonas costeras de Sudamérica. El caso de Región Este, Uruguay. *Revista EURE – Revista de Estudios Urbano Regionales*, v. 48, n. 145, p. 1 - 23. 2022.

GARCÍA J. A.; GÓMEZ, M.; MOLINA, Arturo. Posicionamiento de marcas-destino: Una aplicación en cinco regiones españolas. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, v. 23, n. 50, p. 111-127. 2013.

GARCÍA-CARPINTERO, C. *Luxury Tourism*. Trabajo de Fin de Grado en Turismo. Universidad de Sevilla, Sevilla, 2016.

GATTÁS, M.; GIURIA, B. *Crónica de Punta del Este*. Punta del Este: Linardi y Risso, 1987.

GILLES, A. *L'uruguay pays heureux*. Paris: Nouvelles Éditions Latines, 1952.

GODOI TRIGO, L. G. Prefácio. In: OLIVEIRA SANTOS, E. y SOUZA M. *Teoria e prática do Turismo no espaço rural*. Barueri: Editora Manole, 2010.

GLOBO REPORTER. Uruguay, 2013. Disponible: <https://www.youtube.com/watch?v=3CpP-EwguXs>. Acceso: 12/04/19.

GOIDANICH, O. A saga do turismo no Rio Grande do Sul. In: FLORES, Hilda Agnes Hübner; *Turismo no RS - 50 anos de pioneirismo no Brasil*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1993.

GOTARDO, A. T. Rio para gringo: A construção de sentidos sobre o carioca e a cidade para consumo turístico. Dissertação. PPGCOM-UERJ. Rio de Janeiro: 2016.

GORMSEN, E. The impact of tourism on coastal areas. *GeoJournal*, v. 1, n. 42, p. 39-54. 1997.

GUIMARÃES, V. L. Por uma história comparada do turismo no Brasil e na Argentina: uma análise sobre os discursos e as representações acerca do turista desejável (1933 - 1946).

REGISTROS, Mar del Plata, v. 8, n.9, p. 24-40. 2012.

_____. O turismo como vetor das relações Brasil-Argentina nas décadas de 1920 e 1930. *Revista Eletrônica da ANPHLAC*, v. 15, p. 175-197. 2013.

_____. O turismo levado a sério: discursos e relações de poder no Brasil e na Argentina (1933-1946). Tesis. Doutorado em História Comparada, Instituto de História, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012.

GUNN, C.A. *Vacationscape: Designing Tourist Regions*. New York: Van Nostrand Reinhold, 1988.

HALL, S. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

_____; CRITCHER, C.; JEFFERSON, T.; CLARKE, J. Clarke y ROBERTS B. A produção social das notícias: o mugging nos mídia. In: TRAQUINA, N. Jornalismo: Questões, teorias e “estórias”. Lisboa, 1993, p. 224-248..

HERNÁNDEZ, R.; FERNÁNDEZ, C.; BAPTISTA, P. Metodología de la Investigación. Ciudad de México: Mc Graw Hill, 1997.

HERNÁNDEZ, F. Cultura de la playa: Sociabilización, ocio y territorio en los balnearios de la costa atlántica bonaerense, Argentina. Argos, Caracas, v. 26, n. 51. 2009.

HOLSTI, O. Content Analysis for the Social Sciences and Humanities. Londres: Addison Wesley Publishing Company, 1969.

HORWATH. The future of Luxury Travel. A Global Trends Report. HTL, 2011.

HUNT, J.D. Image as a Factor in Tourism Development. Journal of Travel Research, v. 13, p. 1-7. 1975.

IASBECK, L. C. A. Publicidade e identidade: produção e recepção na comunicação publicitária – uma questão de identidade. In: CONTRERA, M. S.; HATTORI O. T. (Eds.), Publicidade e Cia. São Paulo: Thompson. 2003.

IGLESIAS, E. Prólogo a la manera de una carta. In: GATTÁS, M.; GIURIA, B. Crónica de Punta del Este. Punta del Este: Linardi y Risso, 1987.

INE. Series históricas - Turismo. Montevideo, INE, 2021. Disponible en: <https://www.ine.gub.uy/turismo>

INE. Resultados Finales. Censo 2011. Montevideo: INE, 2012.

IVC. Auditorías de Jornais. Disponible: <https://ivcbrasil.org.br/#/auditorias> Acceso: 10/10/2022.

JACOB, R. La quimera y el oro. Montevideo: Arpoador , 2000.

JAMES, W. The principles of psychology, Vol. 1. New York: Holt, 1890.

KAZTMAN, R., RETAMOSO, A. Segregación Residencial en Montevideo: Desafíos para la Equidad Educativa. In: Reunión de Expertos sobre Población y Pobreza en América Latina y el Caribe. Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2006.

KOTLER, P., HAIDER, D.H., REIN, I. Mercadotecnia de localidades. México: Diana, 1994.

KORPELA M. More Vibes in India. Westerners in Search of a Better Life in Varanasi. Tampere: Tampere University Press, 2009.

KRIPPENDORF, J. Metodología de análisis de contenido. Teoría y Práctica. Barcelona: Paidós Comunicación, 1990.

_____. Content Analysis: An Introduction to Its Methodology. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2004.

LASH, S.; URRY, J. Economías de signos y espacio. Buenos Aires: AMORRORTU, 1998.

LEICHT, E, RABELLIN, C y VARELA, A. "Maldonado en perspectiva : asimetrías y desafíos". Revista de la Facultad de Arquitectura, n.10. p. 144-155. 2013.

LEY N° 19.253. Actividad turística. Montevideo: Parlamento, 2019. Disponible en: <https://legislativo.parlamento.gub.uy/temporales/leytemp1857433.htm> Acceso: 09/12/2019.

LIGA DE FOMENTO Y TURISMO DE PUNTA DEL ESTE. Acta de Fundación. Punta del Este, Archivo LFTPE, 1940.

LIMA, O. D. João VI no Brasil. Rio de Janeiro: Topbooks, 1996.

LISCHINSKY, S. El otro Maldonado: rastros de la agroindustria en nuestra identidad. Maldonado: Mares del Sur, 2018.

MACCANNELL, D. El Turista: una nueva teoría de la clase ociosa. Barcelona: Melusina Ed., 2003.

MACHADO, Y. B. La portuguesa “santa” de Garzón. San Carlos: Del Sur Ediciones, 2008.

MAGNANI, J. G. C. Circuito: propuesta de delimitación de la categoría. Ponto Urbe, v. 15. 2014.

MAK, A. H. N. Online destination image: Comparing national tourism organisation's and tourists' perspectives. Tourism Management, n. 60, p. 280-297. 2017.

MANGORRINHA, J. O Luxo e o Turismo, uma atualização. Cogitur, Journal of Tourism Studies, v. 5. 2014.

MARCHESI, A.; MARKARIAN, V. Uruguay en el mundo. In: CAETANO, Gerardo (coord.). Uruguay. En busca del desarrollo entre el autoritarismo y la democracia. Tomo III - 1930/2010. Planeta - Fundación MAPFRE, 2016, p. 113 - 156.

MARTÍNEZ E. J.; ALTMANN, L. Entre la macrocefalia estructural y el policentrismo emergente: Modelos de desarrollo territorial en el Uruguay (1908-2011). Montevideo: CSIC, Universidad de la República. 2016.

MARONNA, M. Las representaciones del Uruguay turístico en 1930. Estud. perspect. tur. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. v. 21 n. 3, p. 568-584. 2012.

MARTÍN BARBERO, J. De los medios a la mediaciones: comunicación, hegemonía y cultura. Santafé de Bogotá: Andrés Bello, 1998.

MEDINA, C. À margem do Ipiranga. São Paulo: CJE-ECA/USP, 1991.

_____. O signo da relação: comunicação e pedagogia. São Paulo-SP: Paulus, 2006.

MEIOEMENSAGEM. Circulação dos maiores jornais do País cresce em 2019. 21 ene. 2020. Disponible: <https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2020/01/21/circulacao-dos-maiores-jornais-do-pais-cresce-em-2019.html> Acceso: 28/10/2020.

MELO NETO, F. P. de. Criatividade em Eventos. São Paulo: Contexto, 2013.

MIDES. Reportes departamentales. Maldonado. Dirección Nacional de Evaluación y Monitoreo, MIDES. Montevideo. 2020.

MINTUR. Plan Nacional de Turismo Sostenible. Montevideo: Ministerio de Turismo. 2009.

_____. Turismo Receptivo 2019. Montevideo: Ministerio de Turismo. 2019. Disponible en: www.gub.uy/ministerio-turismo/datos-y-estadisticas/estadisticas/turismo-receptivo2019

_____. Anuario, estadísticas de turismo. Montevideo: MINTUR, 2019a.

_____. Plan Nacional de Turismo Sostenible 2019 - 2030. Montevideo: MinTur, 2019b.

MONTEVIDEO PORTAL. Theresa Rice: El presidente Mujica es y ha sido el mejor embajador de la marca país. 9 dic. 2014. Disponible: <http://www.montevideo.com.uy/contenido/Theresa-Rice--El-presidente-Mujica-es-y-ha-sido-el-mejor-embajador-de-la-marca-pais--255345?plantilla=1391> Acceso: 29/8/2019.

MOREIRA, C. De la "Suiza de América" al "paisito": Escenarios y prospectivas del Uruguay en la tercera ola de la democracia. Montevideo: PNUD, 2007.

MORGAN, N.; PRITCHARD, A. Advertising in Tourism and Leisure. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2001.

MOSCOVICI, S. Representações sociais: investigações em psicologia social. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

MOTA, C. G.; CAPELATO, M. H.. História da Folha de S.Paulo: 1921-1981. São Paulo: Impres, 1980.

MOUTINHO, I. Consumer Behaviour in Tourism. European Journal of Marketing, v. 21, n.10, p. 3-44. 1987.

NADEAU, J.; HESLOP, L.; O'REILLY, N. & LUK, P. Destination in a country image context". Annals of Tourism Research, v. 35, n. 1, p. 84-106. 2008.

NAHUM, B. Manual de Historia del Uruguay 1830–1903. Montevideo: Editorial De la Banda Oriental, 1994.

NEW YORK TIMES, THE. Uruguay's Quiet Democratic Miracle. GOÑI, Uki. 9 feb. 2016. Disponible: <https://www.nytimes.com/2016/02/10/opinion/uruguays-quiet-democratic-miracle.html>. Acceso: 20/6/2016.

NEWMAN, N. & LEVY, D. (ed.). Reuters Institute digital news report 2014 : tracking the future of news. Oxford: University of Oxford, 2014.

NICOLAU NETTO, M. O discurso da diversidade e a world music. São Paulo: Annablume/FAPESP, 2014.

_____. Do Brasil e outras marcas: nação e economia simbólica nos megaeventos esportivos. São Paulo: Intermeios, 2019.

_____. A Diferença do Discurso da Diversidade. Revista Contemporânea, UFSCAR, v. 7, n. 1, p. 39-61. 2017.

_____.; MIRALDI, J. C. . Turismo de luxo: a produção do destino e a denegação do social. Revista Pós-Ciências Sociais, v. 14, p. 191-218. 2017.

_____. From exoticism to diversity: the production of difference in a globalized and fragmented world. Vibrant, Virtual Braz. Anthr. v.12. n.1. 2015.

NOEL, G. A la sombra de los bárbaros –Transformaciones sociales y procesos de delimitación moral en una ciudad de la Costa Atlántica bonaerense (Villa Gesell, 2007-2014). Buenos Aires: Editorial Teseo, 2020.

NOGUÉ, J.; J. ROMERO. Las otras geografías, Barcelona: Editorial Tirant le Blanch, 2006.

NYE, J. El poder blando y la política exterior americana. Relaciones Internacionales, n. 14, p. 117 - 140. 2010.

O'DONNELL, J. A invenção de Copacabana. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

_____. “Nadie es como nosotros”: identidades y territorialidades en la invención de Copacabana. Bifurcaciones - Revista de Estudios Culturales Urbanos, v. 017, p. 6-26. 2014.

OLIVEIRA MALDONADO, F. De que forma o capital brasileiro está presente no Uruguai? In: BARBOSA, Fabio Luis et al. (coords.). Uuguai e Paraguai: fronteiras da dependência. São Paulo: Elefante, 2021, p. 63 - 70.

OLIVEN, R. G. A parte e o todo. A diversidade cultural no Brasil-nação. Petrópolis: Vozes, 1992.

_____. A atualidade da nação. In: SALLUM Jr., B., SCHWARCKZ, L. M., VIDAL, D; CATANI, A. (orgs.), Identidades, São Paulo: EDUSP, 2006, p. 125-144.

ORTIZ, R. Mundialização e cultura. São Paulo: Brasiliense, 1994.

_____. Sobre o relativismo cultural. In: ORTIZ, Renato. Universalismo e diversidade: contradições da modernidade-mundo. São Paulo: Boitempo, 2015, pp. 89-112.

_____. Cultura brasileira e identidade nacional. São Paulo: Brasiliense, 2006.

_____. Imagens do Brasil. Sociedade e Estado, Brasília, n. 28, p. 609-633, 2013.

_____. As celebridades como emblema sociológico. Sociologia e Antropologia, Rio de Janeiro, v. 6, n. 3, 2016, p. 669-697.

_____. O universo do luxo. São Paulo: Editora Alameda, 2019.

ORLANDI, E. *Análise de Discurso: princípios e procedimentos*. Pontes: Campinas, 2005.

PANTOJAS, E. Turismo y Desarrollo Económico en el Caribe. El auge de las “Industrias del Pecado”. *Investigaciones Turísticas*, n° 4, p. 49--76. 2012.

PARK, R. A Notícia como Forma de Conhecimento: um capítulo dentro da Sociologia do Conhecimento. In: BERGER, Ch.; MAROCCO, B. (Org.). *A Era Glacial do Jornalismo: teorias sociais da imprensa*. Porto Alegre: Sulina, 2008.

PASTORIZA E. *La conquista de las vacaciones. Breve historia del turismo en la Argentina*, Edhasa, Buenos Aires, 2011.

PEIXOTO, N. B. O olhar do estrangeiro. In: NOVAES, Adauto (org.). *o olhar*. São Paulo, Cia. das Letras, 1988

PEREIRA, G. Cultura democrática. *Revista de Ciencias Sociales / Departamento de Sociología, Universidad de la República*, n. 41, p. 35-54. 2017.

PHELPS, A. Holiday destination image—the problem of assessment: An example developed in Menorca. *Tourism Management*, v. 7, n. 3, p. 168-180. 1986.

PICAZO, P.; MORENO-GIL, S. Analysis of the projected image of tourism destinations on photographs: A literature review to prepare for the future. *Journal of Vacation Marketing*. v. 25, n. 3, p. 1-22. 2017.

PNUD. *Informe de Desarrollo Humano en Uruguay* Montevideo: PNUD, 1999.

PONTE, C. *Leitura das Notícias – Contributos para Uma Análise do Discurso Jornalístico*, Lisboa, Livro Horizonte, 2004

PRADO, J. L. A. O perfil dos vencedores em Veja. *Revista Fronteira, UNISINOS, Porto Alegre*, v.5. n.2, p. 77-96. 2003.

PUNTA DEL ESTE BUREAU. *Qué hacemos*. Disponible en: <https://www.puntadelestebureau.com/quienes-somos>. Acceso: 10/10/2020.

QUIJANO, A. Colonialidad del poder, eurocentrismo y América Latina. En: *Cuestiones y horizontes: de la dependencia histórico-estructural a la colonialidad/descolonialidad del poder*. Buenos Aires : CLACSO, 2014.

QUINTANA, C. Política pública de turismo en Uruguay (1986-2010). *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, v. 14, n. 3, p. 725-736. 2016.

RADAKOVICH, R. *Retrato cultural: Montevidéo entre cumbias, tambores e óperas*. Tese PPGS/UNICAMP, Campinas, 2011.

RAIMONDO, N. Prensa online y tipos de lectores. Respuestas del público y lógicas de reconocimiento en los comentarios a las noticias del diario argentino La Nación. *Cuadernos*, n.34, p. 183-195. 2014.

- RAMA, A. Transculturación narrativa en América Latina. Ediciones El andariego: Buenos Aires, 2007.
- RAMA, G. La democracia en Uruguay. Una perspectiva de interpretación. Montevideo: ARCA, 1989.
- RAMIL, V. A estética do frio. Pelotas: Satolep Livros. 2009 [2004].
- REAL DE AZÚA, C. *Cuatro libros sobre el este*. Montevideo, Escritura n° 4, 1948.
- _____. El impulso y su freno. Montevideo: Ediciones de la Banda Oriental, 1964.
- _____. Uruguay ¿una sociedad amortiguadora? Montevideo: Banda Oriental, 1984.
- RECKZIEGEL, A. Fronteiras fluídas: Rio Grande do Sul e a Banda Oriental no processo de fixação de limites. *História: Debates e Tendências*, v. 15, n. 2. 2015.
- RENFREW, D. Punta del este as global city? Competing visions of Uruguayan nationhood in a geography of exclusion. *D Renfrew. City & Society* , v.16, n. 2, p. 11-33. 2004.
- REUTERS. Digital News Report. 8 oct. 2022. Disponible: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022> Acceso: 8/04/2022.
- RIBEIRO, G. L. Tropicalismo e europeísmo. Modos de representar o Brasil e a Argentina. In: FRIGERIO, A.; RIBEIRO (org.), *Argentinos e brasileiros. Encontros, imagens e estereótipos*, Petrópolis, Vozes, 2002, p. 237-264.
- ROCHE, I.; GADINO, I. Los atractivos turísticos y el desarrollo territorial de la costa uruguaya. *Topofilia, Revista de Arquitectura, Urbanismo y Territorios. Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades "Alfonso Vález Pliego"*. v. XI, No. 17. 2018.
- RODRIGUES, R. G. Enoturismo, turismo enogastronômico e slow food: experiências na serra gaúcha–RS/Brasil. Tese de doutorado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016.
- ROMERO, José Luis. América Latina. As cidades e as ideias. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004.
- SAKELLARIOU, M. B. The Polis-State. Definition and Origin. FNRS ATHENES: Atenas, 1989
- SCIANDRO, J. & ZEBALLOS, L. Excepciones como instrumento de planificación en Maldonado. Tekoporá, *Revista Latinoamericana de Humanidades Ambientales y Estudios Territoriales*, v. 1, n. 1, p. 171-180. 2019.
- SAMPEDRO, S. Llega el turismo del 'sí quiero'. 24 dic. 2018. Disponible en: <https://www.elmundo.es/comunidad-valenciana/alicante/2018/12/24/5c18e1f821efa0387a8b469c.htm> Acceso: 06/07/2022.

SARMIENTO, D. F. Facundo o civilización y barbarie. Letras y pensamientos en el Bicentenario. Buenos Aires: Editorial Eduvim, 2009.

SCHOSSLER, J. C. Aspectos da vida balneária nas revistas A Gaivota e Turismo en el Uruguay, 1930-1950. Revista Antíteses , v. 12, p. 306-336, 2019.

_____ ; TOULIER, B. L'influence du modèle européen sur les stations balnéaires d'Amérique du Sud : l'exemple du Brésil méridional et de l'Uruguay. Revista Mondes du Tourisme, n. 17, v. 01, 2020.

SCHUTTENBERG, M.; FONTANA, J. Complicidad, acompañamiento y confrontación. Un análisis de los editoriales del diario La Nación publicados los 24 de marzo durante el período 1976-2014. Hallazgos, Bogotá, v. 13, n. 2, p. 233-260. 2016.

SEGIB. Enrique Iglesias. 20 abr. 2022. Disponible en: <https://www.segib.org/secretarios-generales/enrique-v-iglesias/> Acceso: 18/07/22.

SEGURA, R. Convivialidad en ciudades latinoamericanas. Un ensayo bibliográfico desde la antropología”, Mecila Working Paper Series, The Maria Sibylla Merian International Centre for Advanced Studies in the Humanities and Social Sciences Conviviality-Inequality in Latin America, n. 11. 2019.

SETUBAL, A. E.. Itaú Unibanco Holding S.A. - Comunicado ao mercado. São Paulo, 1 set, 2013. Disponible:

<https://www.itaubr.com.br/relacoes-com-investidores/Download.aspx?Arquivo=teMYpzCwjNtibKTXqLzkOg==> Acceso: 17/11/20.

SHELLER, M. y URRY, J. Places to Play, Places in Play. In: SHELLER, M. y URRY, J. (eds.) Tourism Mobilities: Places to Play, Places in Play. Londres: Routledge, 2004.

SILVA, R.; GELABERT, L. Uruguay Natural: La Diferenciación de un destino turístico emergente. Madrid: Instituto de Empresas, Fundación OMT - Themis, Ministerio de Turismo y Deporte de Uruguay, 2011.

SIMMEL, G. Estudios sobre las formas de socialización. En: Sociología - Tomo 2. Madrid: Alianza, 1986.

_____. Las grandes ciudades y la vida intelectual. Madrid: Hermida Editores, 2006.

SILVEIRA, L. & BAPTISTA, M. Cartografias imaginativas do Brasil nas brochuras turísticas alemãs e francesas: da exotização à mercantilização turística RBTUR, São Paulo, v. 13, n. 2, p. 69-92. 2019

_____ ; LEAL, D.. Representações do Brasil nas brochuras turísticas luso-inglesas: próximas do paraíso e distantes da civilização. Caderno Virtual de Turismo. v. 20, n. 3, p. 1-26. 2020.

SIQUEIRA, D. C. O. ; SIQUEIRA, E. D. O imaginário da diferença: identidade e etnocentrismo na publicidade sobre o Brasil. Revista Famecos, Porto Alegre, v. 23, n. 3. 2016.

SOLARI, A. La sociología y la sociedad uruguaya. In: Estudios sobre la sociedad uruguaya, Tomo I. Montevideo, Arca, 1964.

SOLOMITA, M. Kennedy: Los vecinos incómodos de Punta del Este. In: El PAÍS. 5 mar. 2017. Disponible: <https://www.elpais.com.uy/que-pasa/kennedy-vecinos-incomodos-punta.html>. Acceso: 20/12/20.

SZARY, A. El turismo transfronterizo en Los Andes centrales: prolegómenos sobre una geopolítica del turismo. Si Somos Americanos, Revista de Estudios Transfronterizos, 2009, v. 9, n.2 , p. 63-100. 2009.

SUBCOMISIÓN DE LÍMITES. “Descripción por los demarcadores de 1783 a 1801” [1784]. In: Revista Histórica - Archivo y Museo Histórico Nacional, Tomo IV. Montevideo, junio de 1911.

SWARTBROOKE, J. Coastal Tourism and the Ocean Fringe. In: SWARTBROOKE, J. (ed). The Impact of Tourism on the Marine Environment. Oxford: Goodfellow Publishers, 2020.

THE ECONOMIST. Earth’s got talent. The Economist’s country of the year. 18 dec. 2013. Disponible: <https://www.economist.com/news/leaders/21591872-resilient-ireland-booming-south-sudan-t-umultuous-turkey-our-country-year-earths-got>. Acceso: 22/3/2016.

THRIFT, N. Spatial Formations. London: Sage, 1996.

THUL, F. El adiós al Sur. La creación del Barrio Histórico de Colonia como atractivo turístico. In: FALERO, A., y CAMPODÓNICO, R. El turismo bajo la lupa académica, p. 141-158. Montevideo: Ediciones universitarias, 2012.

TIEMPO ARGENTINO. Cómo consumimos los medios los argentinos. 15 abr. 2019. Disponible: <https://www.tiempoar.com.ar/nota/el-consumo-de-medios-de-los-argentinos-en-5-infografias>. Acceso: 28/10/2020.

TORABIT. Na mídia. Disponible: <https://www.torabit.com.br/imprensa/> Acceso: 27/09/2022

TORRES, E. Del turismo en la política económica a la política económica del turismo. Quaderns de Política Económica, Revista Electrónica, v. 7, p. 49-71. 2004.

_____ ; RAMÍREZ SÁNCHEZ, R., y RODRÍGUEZ DÍAZ, B. La crisis económica en el sector turístico. Un análisis de sus efectos en la costa del Sol. Revista de análisis turístico, v. 18, n. 2, p. 11-18. 2014.

TOTALMEDIOS. Ranking de sitios digitales. Disponible en: <https://www.totalmedios.com/nota/44366/ranking-de-sitios-digitales-infobae-cerro-el-2020-c-omo-el-mas-leido-y-la-nacion-se-acerco-a-clarin> Recuperado de: 03/03/2022.

TRATADO DO RIO DE JANEIRO. Convenção Preliminar de Paz, celebrada entre Sua Majestade, o Imperador do Brasil e o governo o governo das Províncias Unidas do Rio da Prata, firmada no Rio de Janeiro, em 27 de agosto de 1828, e ratificada na dita corte no dia 30 do mesmo mês e ano. Arquivo Histórico do Itamaraty, 2020 [1828].

TRAVERSA O. Y STEIMBERG O. Estilo de época y comunicación mediática. Tomo 1. Buenos Aires: Atuel, 1997.

TROCHÓN, Y. Punta del Este: el edén oriental. Montevideo: Fin de Siglo, 2017.

TOULIER, B. Ville d'eux: station thermales et balnéaires. Paris: Imprimerie Nationale, 2002
_____. Synthèse des journées scientifiques sur l'architecture de villégiature, Actes du colloque sur le patrimoine thermal Les enjeux du développement, Vichy, ANMCT, p. 15-17. 2004.

TWITCHELL, J. B. Living it up: our love affair with luxury. New York: Columbia Press, 2002.

URRY, J. Consuming Places. Londres: Routledge, 1995.

_____. Sociology Beyond Societies. Londres: Routledge, 2000.

_____. La mirada del turista. Lima: Universidad de San Martín de Porres, 2004.

_____. La cambiante economía de la industria del turismo. Turismo y Patrimonio: Revista Turismo y Patrimonio, N° 4, p 103. 2005.

_____; SHELLER, M.; HANNAM, K. Mobilities, Immobilities and Moorings Mobilities. v. 1, n. 1, p. 1–22, 2006.

_____. O Olhar do turista: lazer e viagem nas sociedades contemporâneas. São Paulo: Studio Nobel, SESC, 2001.

_____. La mirada del turista. Lima : Universidad de San Martín de Porres, 2004.

_____. The Tourist Gaze , 2nd edn. London: Sage Publications.

_____; LARSEN, J. 2011. The Tourist Gaze 3.0, 3rd edn. London: Sage Publications.

_____. Globalizando o olhar do turista. Otto, Natalia (trad.). Revista Plural, São Paulo, v. 23, n.. 2. p.142-155. 2016.

URUGUAY XXI. ¿Qué es la marca país? Disponible: <https://www.uruguayxxi.gub.uy>. Acceso: 20/08/2018.

URUGUAY NATURAL. Anuario 2017. Montevideo: Ministerio de Turismo, 2017.

_____. Turismo Receptivo 2019. Montevideo: Ministerio de Turismo, 2019.

_____. Punta del Este. 10. oct. 2019. Disponible en: marcapaisuruguay.gub.uy Recuperado: 18/10/2019

_____. Brasileiros. 2010. 1 post (46'). Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=BCmsXpF5LuY>. Acceso en: 21 out. 2020.

UZZEL, D. An Alternative Structuralist Approach to the psychology of tourism marketing. *Annals of Tourism Research*, v. 11, n.1,p. 79-99. 1984.

VARELA, A. Paraísos Exclusivos. Emprendimientos turístico-residenciales cerrados emergentes en Maldonado. Tesis de Maestría en Ordenamiento Territorial y Desarrollo Urbano, Facultad de Arquitectura Diseño y Urbanismo, Universidad de la República, Uruguay, 2017.

VEIGA, D. (Coord.); FERNÁNDEZ, E.; LAMSCHEIN, S.; RIVOIR, A. L. Crecimiento económico y Desigualdad Social en Maldonado. Montevideo: Ed. FCS, Intendencia Municipal de Maldonado. 2012.

VELHO, G. Um antropólogo na cidade. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

_____. Individualismo e Cultura. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

_____. Os mundos de Copacabana. In: Velho, Gilberto(ed.). Antropologia urbana. Río de Janeiro: Zahar, 1999.

_____. A utopia urbana. Rio de Janeiro: Zahar, 1989.

WILLIAMS, R. O Campo e a Cidade na história e na literatura. São Paulo: Cia das Letras, 1989.

WOLF, M. Teorias das comunicações de massa. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

ZORZI, M.; CAMPODÓNICO, G. De lo Inhóspito al Glamour: Narrativas sobre las Transformaciones de Punta Del Este, Uruguay, en la Mirada de los Antiguos Residentes. *Rosa dos Ventos*, v. 11, n. 2, 2019.

ZUERAS, D. Turismo de lujo resiste embates de la crisis. *La República*, 26 feb. 2010. Disponible:

https://www.larepublica.net/noticia/turismo_de_lujo_resiste_embates_de_la_crisis Acceso: 17/12/20.