

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



**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
MÁSTER EN TURISMO CULTURAL

TRABAJO FINAL DE MÁSTER

Autora: María Carolina Fontana Di Rende
Directora: Saida Palou Rubio
Agosto de 2021

Agradecimientos

La realización de mis estudios de maestría en Girona y la concreción de este trabajo final de tesis, no hubieran sido posibles sin el apoyo de varias personas e instituciones que me permitieron alcanzar este objetivo tan importante a nivel personal y profesional.

Agradezco especialmente a la Fundación Carolina y a la Universitat de Girona por haberme otorgado la beca de estudios que permitió mi viaje y estancia en Girona, España y por haberme brindado un acompañamiento muy humano y atento en una situación global caótica e incierta debido a la Pandemia por Covid-19.

Agradezco a Konstantina Zerva y a todo el equipo docente de la Maestría en Turismo Cultural, Especialización en Patrimonio Cultural y Programa Unitwin UNESCO de la Universitat de Girona, por todos los conocimientos adquiridos y aplicados en este trabajo, y especialmente a la Dra. Saida Palou por su cálido y profesional acompañamiento como tutora durante el proceso de elaboración de esta tesis final de maestría.

Un agradecimiento especial a todas las personas e instituciones que brindaron sus testimonios y compartieron sus conocimientos y experiencias en las entrevistas realizadas a fin de llevar a cabo esta investigación. En orden cronológico de las entrevistas, agradezco a: María Dezuliani, Directora Ejecutiva del Museo Taller Casapueblo; Susana Charbonnier responsable de Comunicación y Marketing del Museo Ralli de Punta del Este; Laura Bardier, Directora de la Feria Internacional de Arte de Punta del Este ESTE ARTE; María Pía Susaeta y Gustavo Moraes por la Dirección de ZOCO Punta del Este; Leonardo Noguez, Director del futuro Museo de Arte Contemporáneo Americano (MACA) de la Fundación Atchugarry; Mariela Soldano, Directiva de la Liga de Fomento de Punta del Este; y Martín Laventure, Director de la Dirección General de Turismo de la Intendencia Departamental de Maldonado.

Agradezco también a mi familia por su apoyo incondicional y motivación continua hacia mi formación y desarrollo personal y profesional.



Índice de contenidos

Agradecimientos.....	2
Resumen	6
1. Introducción.....	7
1.1 Motivación personal	7
1.2 Preguntas de investigación	8
1.3 Objetivos de la investigación.....	8
1.4 Estructura	9
2. Revisión de la literatura	10
2.1 Turismo artístico como nicho del turismo cultural	10
2.2 Artes visuales y turismo	11
2.2.1 Arte contemporáneo en particular	11
2.3 Las artes visuales contemporáneas y el turismo artístico-cultural en el desarrollo de los destinos.....	12
2.3.1 Productos del turismo artístico-cultural vinculado al arte contemporáneo.....	13
2.3.1.1 Espacios de arte contemporáneo	13
2.3.1.2 Eventos efímeros de arte contemporáneo: exhibiciones temporales, ferias y bienales.....	14
2.4 Perfiles de quienes realizan turismo artístico-cultural	14
3. Propositiones e hipótesis	16
4. Presentación de Punta del Este y alrededores como caso de estudio.....	17
4.1 Presentación y datos del caso de estudio	17
4.2 Breve reseña histórica del surgimiento, transformación y consolidación de Punta del Este como destino	17
4.3 Punta del Este y alrededores en relación al turismo artístico-cultural	18
4.4 Espacios, instituciones y eventos artístico-culturales seleccionados en el área delimitada de acuerdo a su vínculo con el turismo artístico-cultural.....	19
4.4.1. Casapueblo, Museo-taller del artista plástico Carlos Páez Vilaró.....	19
4.4.2. Museo Ralli de Punta del Este	20
4.4.3. Fundación Pablo Atchugarry y futuro Museo de Arte Contemporáneo Americano MACA	21
4.4.4. Espacio de Arte ZOCO, Punta del Este.....	23
4.4.5. Feria Internacional de Arte ESTE ARTE.....	23
4.5 Instituciones de gestión y fomento de la actividad turística en Punta del Este seleccionados.....	24
4.5.1 Dirección General de Turismo de Maldonado	25
4.5.2 Liga de Fomento de Punta del Este	25

5. Metodología.....	27
5.1 Estrategias de investigación	27
5.2 Métodos de investigación.....	27
5.2.1 Búsqueda bibliográfica sobre el tema seleccionado.....	28
5.2.2 Investigación en la web y redes de los espacios seleccionados.....	28
5.2.3 Visitas a los espacios seleccionados	28
5.2.4 Entrevistas semiestructuradas	29
5.3 Criterios de selección de espacios y agentes para entrevistar	29
5.4 Agentes, espacios y proyectos seleccionados	31
5.5 Desarrollo de las entrevistas caso a caso (en orden cronológico).....	31
5.5.1 Entrevista a María Dezuliani, por Dirección de Casapueblo	31
5.5.2 Entrevista a Susana Charbonnier, por Comunicación y Marketing del Museo Ralli de Punta del Este	32
5.5.3 Entrevista a Laura Bardier, por Dirección de la Feria Internacional de Arte de Punta del Este ESTE ARTE	32
5.5.4 Entrevista a Pía Susaeta y Gustavo Moraes, por Dirección de Zoco Punta del Este	33
5.5.5 Entrevista a Leonardo Noguez, por Dirección del futuro museo MACA de la Fundación Atchugarry.....	33
5.5.6 Entrevista a Mariela Soldano, por Directiva de la Liga de Fomento de Punta del Este	34
5.5.7 Entrevista a Martín Laventure, por Dirección General de Turismo de Maldonado, Intendencia de Maldonado	34
5.6 Sistematización de datos recabados y forma de análisis.....	35
5.7 Limitaciones.....	36
6. Análisis	37
6.1 Percepciones y relaciones entre la cultura, el arte y el turismo como disciplinas en relación al desarrollo de los destinos	37
6.1.1 Mirada optimista pero incipiente.....	37
6.1.2 Sobre las políticas públicas culturales y de turismo	41
6.2 Características y retos del turismo artístico-cultural desde los espacios y proyectos vinculados a las artes visuales contemporáneas en particular	42
6.2.1 Los retos de la promoción y la comunicación	42
6.2.2 Coordinación intra e intersectorial y articulación público-privada	43
6.3 Tendencias, y desafíos futuros del turismo artístico-cultural	44
6.3.1 Nuevos públicos y perfiles a atender	44
6.3.2 Necesidades y áreas a fortalecer	45
6.3.3 Panorama postpandemia	46

7. Discusiones, futuras líneas de investigación y propuestas.....	48
7.1 Nuevas líneas de investigación académicas	48
7.2 Propuestas en torno a la comunicación.....	50
7.3 Propuestas de articulación.....	51
8. Conclusiones.....	53
9. Bibliografía	55
10. Anexos.....	58
10.1 Fichas de Presentación.....	59
10.2 Formato de entrevista 1	65
10.3 Formato de entrevista 2	65
10.4 Formato de entrevista 3	66
10.5 Formato de Entrevista 4.....	67
11. Créditos de imágenes e ilustraciones.....	68



Resumen

El arte en general, y las artes visuales contemporáneas en particular, juegan un rol determinante en la conformación y desarrollo turístico de los destinos. Como acercamiento, se presenta el caso de estudio de la ciudad de Punta del Este y alrededores, en Maldonado, Uruguay, a modo de ejemplo de destino con proyección hacia el turismo artístico-cultural con énfasis en las artes visuales contemporáneas. Para conocer las percepciones del sector artístico y turístico sobre la relación arte contemporáneo y turismo y sus principales necesidades, se dio voz a los propios agentes en un entramado intertextual y dialógico desde diversos encares metodológicos.

Palabras clave

turismo cultural; turismo artístico; artes visuales contemporáneas; arte contemporáneo; Punta del Este, Uruguay

Abstract

Art in general, and contemporary visual arts in particular, play a determining role in the conformation and tourist development of destinations. As an approach, the case study of the city of Punta del Este and its surroundings, in Maldonado, Uruguay, is presented as an example of a destination with projection towards artistic-cultural tourism with an emphasis on contemporary visual arts. In order to know the perceptions of the art and tourism fields on the relationship between contemporary art and tourism and its main needs, the agents themselves were given a voice in an intertextual and dialogical framework from various methodological perspectives.



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.

1. Introducción

La investigación y estudio de caso que se presenta a continuación corresponde a la Tesis Final de Maestría del Máster en Turismo Cultural de la Universitat de Girona. Se trata de un trabajo inédito que presenta varias miradas y voces de los propios agentes protagonistas, analizadas y entrecruzadas rizomáticamente en relación al vínculo entre las artes visuales contemporáneas y el turismo artístico-cultural, tomando como caso de estudio a la ciudad de Punta del Este y alrededores, incluyendo a Punta Ballena, La Barra y Manantiales, en el Departamento de Maldonado, República Oriental del Uruguay.

En los últimos años, el arte contemporáneo está ganando terreno en los destinos que se perfilan como polos del turismo artístico-cultural. Punta del Este es una ciudad turística cuya matriz de propuestas está evolucionando por la propia madurez del destino y demanda de los turistas, visitantes y nuevos residentes. Es necesario que esta expansión sea estudiada y analizada, considerando los perfiles de los nuevos emprendimientos y los ya consolidados para delinear estrategias y medidas público-privadas hacia un desarrollo sostenible del sector artístico-cultural y del sector turístico.

1.1 Motivación personal

Este trabajo parte de una motivación personal como trabajadora del campo de las artes visuales contemporáneas, por un lado, como artista visual, y por otro lado, como gestora cultural y maestranda del programa de Máster en Turismo Cultural. En este sentido la motivación se explica por partida doble: en primer lugar, en relación al tema de investigación debido a mi trayectoria profesional dentro del arte contemporáneo, y en referencia al destino seleccionado como caso de estudio, debido a mi conexión personal con la ciudad de Punta del Este, desde mi infancia, y que, a raíz de la realización de esta investigación, elegí como ciudad para vivir actualmente y emprender mi proyecto personal que vincula al arte y al turismo, en un entorno con proyecciones de crecimiento favorables.

Con esta investigación busco poner en discusión y generar conciencia sobre la importancia de la articulación entre el arte y el turismo, con un foco especial en las artes visuales contemporáneas. El objetivo ulterior es poder sumar al desarrollo local desde esta área aportando una mirada académica, pero también proponiendo nuevas líneas de investigaciones futuras desde la teoría y la práctica para fortalecer al turismo artístico-cultural en beneficio del sector cultural y del turístico al mismo tiempo.

1.2 Preguntas de investigación

El desarrollo de este trabajo se realizó con una serie de preguntas de investigación presentes desde las etapas iniciales y hasta su concreción, las cuales sirvieron a los efectos de la delimitación de los objetivos y estructuración de la línea metodológica aplicada.

Estas preguntas son las siguientes: ¿Cuál es el panorama y estado de situación del turismo artístico-cultural en el caso de estudio?; ¿Cómo perciben a la relación arte-turismo los agentes del sector cultural y los del sector turístico?; ¿En qué medida las instituciones con su oferta de actividades vinculadas al arte contemporáneo son conscientes de su aporte al turismo y de lo que este le puede aportar? ¿Existen políticas que fomenten la alineación del sector turístico y el artístico-cultural?, ¿mediante qué estrategias?; ¿De qué manera se puede contribuir a integrar a las artes visuales contemporáneas a los circuitos de turismo artístico-cultural?; ¿Cuáles son los principales retos, desafíos y necesidades percibidas por los agentes estudiados para un mejor desarrollo presente y futuro del destino en cuanto al turismo artístico-cultural?

1.3 Objetivos de la investigación

Objetivo general:

Contribuir a la concientización sobre la importancia del vínculo entre el arte contemporáneo y el turismo en el desarrollo sostenible de ambos sectores y de los destinos.

Objetivos específicos:

Conocer y presentar el estado de situación del turismo artístico-cultural en Punta del Este y alrededores y en particular la incidencia de las artes visuales contemporáneas dentro del sector.

Conocer las percepciones de los principales actores del ámbito del turismo artístico-cultural del territorio seleccionado en relación al propio sector y a los vínculos entre arte y turismo.

Sistematizar información recabada en la investigación y proponer nuevas líneas de acciones para contribuir a la proyección y consolidación de Punta del Este como destino del turismo artístico-cultural más allá de su temporada estival, y de otros destinos que comparten similares características que el caso de estudio en cuestión.

1.4 Estructura

Este Trabajo de Fin de Máster se estructura en ocho capítulos según un ordenamiento y secuencia lógica desde los aspectos más generales hasta las conclusiones según recomendación de estructura para su elaboración propuesta desde el Máster en Turismo Cultural de la Universitat de Girona.

En primer lugar, se presenta una introducción general del mismo, seguido por la exposición de la revisión de literatura utilizada para la conformación del marco teórico y de referencias seleccionadas. El tercer capítulo corresponde a las proposiciones y presentación de hipótesis que se tomaron como punto de partida para el desarrollo de la investigación. En el capítulo cuarto se realiza la presentación del caso, en esta oportunidad, la ciudad de Punta del Este y alrededores, en Maldonado, Uruguay, por su relación con el tema de investigación como ciudad atractiva desde el turismo artístico-cultural, tomada como base para la investigación empírica. En el próximo apartado se presenta la metodología aplicada, con la descripción del paradigma de investigación y estrategias seleccionadas, los métodos de investigación, fuentes y maneras de obtención de la información y datos para su posterior análisis e interpretación, de forma justificada, además de las limitaciones encontradas en su implementación. A continuación, en el capítulo seis, se presenta el análisis de los datos e información obtenidos en la investigación, estructurado según categorías ordenadoras de los contenidos. El capítulo siete está destinado a discusiones sobre los hallazgos y proposiciones para futuras acciones. Por último, cerrando este trabajo, en el capítulo número ocho, se detallan las conclusiones alcanzadas. Finalmente se presenta la lista de referencias consultadas y el apartado de anexos.



2. Revisión de la literatura

Para la elaboración de esta investigación se realizó una revisión de autores y literatura sobre los principales ejes a los que se vincula el objeto de estudio, que son por un lado, el turismo artístico como nicho del turismo cultural, por otro lado, la incidencia de las artes visuales contemporáneas dentro de este nicho y finalmente la vinculación entre ambos sectores, turístico y artístico-cultural, en el desarrollo de los destinos.

2.1 Turismo artístico como nicho del turismo cultural

El turismo artístico o *art-tourism* (Hughes, 2000) es un sector específico dentro del turismo cultural. Se define como cualquier actividad que implique viajar para consumir arte. Incluye a aquellos que viajan hacia un destino especialmente para ese fin y a quienes, a menudo u ocasionalmente, incluyen visitas a museos o espacios de arte, entre otras actividades, durante sus viajes fuera de la zona de residencia (Franklin, 2018). Centrarse en el análisis desde las artes visuales contemporáneas es enfocar en un nicho para el cual no hay tanta literatura al respecto como para otros subsectores como el patrimonio cultural, o gastronómico (Richards, 2018) u otras artes, especialmente las escénicas, desde una mirada de las industrias culturales. Las expresiones artísticas contemporáneas se presentan ante un público con perfiles dispares. Por un lado, especialistas y conocedores del mundo del arte, y por otro lado, un público en proceso de desarrollar una nueva sensibilidad estética. Esto repercute a nivel turístico como un desafío sin precedentes para el turismo cultural (Origet du Cluzeau, 2017).

Mucho antes de que el turismo fuera un fenómeno socialmente significativo, desde mediados de los años cincuenta del siglo XX (Richards, 2018), ya existían viajeros que emprendían largos viajes con motivaciones artísticas y culturales vinculadas a las artes visuales, como por ejemplo el propio Leonardo Da Vinci y los artistas renacentistas. Este tipo de viajes se extendió y alcanzó un punto notable en el romanticismo, período en el cual los viajeros buscaban lo desconocido marcando la visión y la forma de pensar lo desconocido de la época romántica que aún forma parte del turismo de hoy (Pulido, 2013). Incluso hay autores que sostienen que los orígenes del turismo artístico primitivo, por llamarle de alguna manera a estos viajes motivados por el arte antes que se hablara del “turismo” en sí mismo, se retrotraen a los tiempos clásicos de la Atenas del siglo V o anteriormente, en el antiguo Egipto. Estas antiguas ciudades y estados promovían y alentaban ese tipo de viajes, no solo para que los artistas y arquitectos encontraran nuevas técnicas, avances y formas de representación, sino que también entre el resto de la población para desarrollarse intelectualmente. Estas miradas hacia el viaje como ampliación de las fronteras creativas y de descubrimiento mediante rutas artísticas sentaron las bases del desarrollo del turismo moderno (Franklin, 2018).

2.2 Artes visuales y turismo

Las artes visuales, si bien muchas veces son subvencionadas por el sector público, generan un continuo movimiento de recursos, conocimientos y personas de todo el mundo hacia espacios vinculados a ellas, que se refleja en la calidad de los destinos, su desarrollo sostenible y en su retorno económico. Por este motivo el arte juega un papel clave en las administraciones nacionales y políticas turísticas según lo indica La Organización Mundial del Turismo en el informe *Tourism and Culture Synergies* (UNTWO, 2018). De este mismo informe se desprende la naturaleza amplia del turismo cultural contemporáneo (UNTWO, 2018; Richards, 2018) donde estarían incluidas las actividades creativas del arte contemporáneo, posicionándose entre otros atractivos como los sitios patrimoniales y monumentos.

Al igual que con el caso del turismo, la cultura y el turismo cultural, existen varias definiciones posibles de arte, pero a efectos de este trabajo se tomará la expresada por Imanol Aguirre, escultor, Doctor en Filosofía y Antropología Social y docente de la Universidad Pública de Navarra, en la que la considera como:

el resultado de los consensos que sobre algunas formas de simbolización adoptan una serie de instituciones culturalmente constituidas, que van cambiando a lo largo de la historia y a lo ancho de los contextos culturales. Estas instituciones son las que van definiendo en cada momento qué es y qué no es arte, cuál de aquellas actividades de simbolización que se dan en un determinado grupo humano merecen o no merecen ser llamadas así. (Aguirre, 2010, p.64)

2.2.1 Arte contemporáneo en particular

Resulta muy ambicioso hablar de “arte” en general, ya que no se concibe de la misma manera la gestión, tanto cultural como turística, de un producto o espacio vinculado a la música, al teatro, o las artes plásticas, como ejemplo de categorización por disciplina, ni tampoco las artes vinculadas al patrimonio histórico como la producción actual de los artistas vivos. A modo de ejemplo, resulta evidente notar que no requiere de las mismas estrategias de funcionamiento y captación de público el Museo del Louvre con su colección renacentista que un espacio de arte contemporáneo con muestras temporales. Por tanto, a efectos de esta investigación, es necesario detenerse en el concepto de “arte contemporáneo”.

Según la escritora, comisaria de exposiciones y crítica de arte francesa Catherine Millet, en su libro denominado *El Arte Contemporáneo* (Millet, 2018), el arte contemporáneo debe despegarse de la falsa ambigüedad cronológica a la que se lo asocia. Para la autora:

El arte contemporáneo es una expresión que se impuso sobre todo a partir de los años ochenta, hablamos de un tipo de arte determinado, y no de todo el arte producido por los artistas que hoy están vivos y que, por lo tanto, son nuestros contemporáneos. (Millet, 2018, p.9)

A diferencia de las épocas anteriores, donde la estética jugaba un rol fundamental, en el arte contemporáneo se debe hacer una valoración no en términos estéticos sino en términos de poética (Groys, 2016). Específicamente en el caso del arte contemporáneo, su propia característica ecléctica e incluso efímera, está cambiando o redimensionando la forma en la que los públicos reaccionan frente a la experiencia, lo cual podría resultar en la apertura a una nueva era del turismo artístico-cultural (Origet du Cluzeau, 2017). Los vínculos entre el arte contemporáneo y el turismo podrían reforzarse aún más con estrategias para el beneficio de ambos y de la sociedad en su conjunto (Perera, 2019).

A nivel de acercamiento cultural, y lo que concierne también al campo del turismo, como impulsor de estos encuentros, el arte contemporáneo facilita la comprensión de la otredad ya que, actualmente, si intentamos entender una pieza de arte como universal, estaríamos pretendiendo que el contexto desde donde se produce también es universal, y esto nos lleva a situaciones confusas (López-Lage, 2018).

2.3 Las artes visuales contemporáneas y el turismo artístico-cultural en el desarrollo de los destinos

Aunque el sector artístico y el turístico presentan concepciones y lógicas de funcionamiento diferentes, es evidente el impacto de uno sobre el otro. Tomando como referencia a Hughes (2000), entre los principales impactos positivos de esta “simbiosis” arte-turismo se encuentra la posibilidad de obtener ingresos extras, fuentes de empleo de calidad y sostenibles. En el caso de las artes visuales los principales empleos son para: artistas, galeristas, curadores, montajistas, talleristas, entre otros indirectos. Además, se deben considerar los beneficios en los residentes de la localidad por la presencia de actividades artísticas a las que ellos también pueden acceder, formación de nuevos públicos para las artes, mejoras en el nivel de las producciones y propuestas artísticas que demandan un alto standard, formas artísticas favorecidas en cuanto a rentabilidad económica por aumento del mercado, por lo que les permite mayor capacidad de subsistencia e independencia del apoyo estatal. A su vez, el sector turístico ve el beneficio de la desestacionalización, ampliando las visitas más allá de las temporadas estivales o dependientes de buenas condiciones climatológicas. También le ayuda a ampliar la variedad de ofertas turísticas para segmentos específicos, contribuyendo positivamente en la imagen pública del destino de forma sostenible económica y ambientalmente (Hughes, 2000). Varias ciudades a nivel mundial se han asociado a determinadas expresiones artísticas para ubicarse en el mapa de ofertas culturales y turísticas internacionales. Rakic y Lester (2016) resaltan la importancia del arte como promotor de la cultura del viaje como factor de enriquecimiento e inspiración. Expresan que las artes visuales no solo generan una razón en sí misma para los desplazamientos de los interesados en las exhibiciones, sino que a través de la creatividad de numerosos artistas que plasmaron diferentes destinos y sitios en sus obras, los turistas pueden sentir curiosidad por conocer esos lugares.

De todos modos, al igual que sucede con el binomio cultura-turismo, en la relación arte-turismo también existen tensiones que deben ser consideradas para una correcta gestión desde ambas partes. Un desarrollo turístico mal planificado podría ir en detrimento de las artes en cuestiones como la dependencia de estas en el flujo turístico, el cual puede resultar

volátil o vinculado a tendencias pasajeras; también se podría caer en el error de trivializar los productos artísticos para perseguir un fin comercial que busque más la popularidad que los contenidos artísticos en sí mismos; por último la consideración de las artes como una industria, sabiendo que hay expresiones artísticas como son las artes visuales contemporáneas que escapan a esa segmentación y lógicas de mercado (Hughes, 2000).

El trabajo en conjunto del sector artístico-cultural, incluidos los espacios dedicados al arte contemporáneo favorece la ampliación de un sector de nicho de consumo turístico, a la élite de la comunidad de turistas interesados en el arte contemporáneo. Eventos como las bienales y ferias de arte ilustran la convergencia de la industria cultural, donde se incluyen las artes visuales, y el desarrollo turístico, como motores de ingreso al mercado económico internacional (Checa-Gismero, 2017). A su vez, siguiendo una tendencia global, las autoridades locales buscan generar políticas vinculadas al fomento de las artes y la cultura para construir una imagen positiva de los sitios como potenciales destinos del turismo artístico-cultural (Origet du Cluzeau, 2017). El turismo artístico-cultural se está utilizando a nivel de las administraciones y sector privado, también como una estrategia diversificadora en muchos destinos ya que otorga prestancia y ventajas competitivas frente a otras ciudades y destinos (Corti y Rosete, 2012).

En relación con el valor del arte para las ciudades y la sociedad, lo cual repercute también a nivel de la imagen del destino, Hughes (2000) sostiene que la importancia de las artes radica en su capacidad de representar lo mejor de la capacidad y habilidad humana y elevar la calidad de vida de las personas que las experimentan (Hughes, 2000). A su vez, mantiene que una sociedad “civilizada” se caracteriza por su diversidad artística y de innovación. Este factor, además de favorecer al desarrollo de la vida local, atrae la atención de los turistas en visitar ciudades y destinos que tengan ese perfil (Hughes, 2000).

2.3.1 Productos del turismo artístico-cultural vinculado al arte contemporáneo

2.3.1.1 Espacios de arte contemporáneo

La necesidad de producir productos culturales para el consumo de locales y turistas hace que estemos en una nueva era, donde las experiencias estéticas y artísticas invadieron muchos aspectos de la vida cotidiana, en la cual, junto a la globalización, se altera la representación del arte, multiplicando los espacios dedicados a este, cada año, nacen aproximadamente 700 nuevos museos en el mundo, y el turismo como industria tiene gran incidencia en ese número (Origet du Cluzeau, 2017). De todas maneras, hay una diferenciación notable entre los visitantes de museos en general (museos de historia, antropología, diseño, etc.) y quienes visitan específicamente museos de arte, por lo que se requiere de un corte de análisis diferenciado dentro del turismo cultural, más precisamente relacionado al turismo artístico (Stylianou-Lambert, 2010).

Cada vez más ciudades a nivel mundial incluyen centros dedicados al arte contemporáneo en su repertorio de espacios museísticos. Algunas incluso optan por vincular colecciones del siglo XX y arte moderno, con salas para arte contemporáneo para que los visitantes establezcan las conexiones entre un período y otro (Origet du Cluzeau, 2017). Las obras de arte contemporáneo requieren de cuidados especiales ya que algunas piezas

utilizan materiales efímeros o incluso se descomponen con el tiempo, por lo que requieren de una atención singular por parte de los equipos técnicos y curatoriales de los espacios, lo que también influye en el vínculo con los visitantes y turistas. Actualmente, los museos cuentan cada vez más con un repertorio variado con muestras temporales, únicamente o acompañando al acervo exhibido de forma permanente, lo que genera un flujo y retorno mayor de los turistas y visitantes (Gimenez, Vacas, 2011).

2.3.1.2 Eventos efímeros de arte contemporáneo: exhibiciones temporales, ferias y bienales

Los grandes eventos de arte contemporáneo como las bienales y las ferias internacionales, además de mostrar al público lo que se está produciendo a nivel artístico, sirven como termómetro para medir los impactos y nuevas tendencias del arte local y global y generar vínculos entre los productores y consumidores locales y extranjeros (Origet du Cluzeau, 2017). Los países que quieren promover a sus artistas crean una bienal internacional donde artistas de diferentes nacionalidades confluyen en un mismo espacio, atrayendo a un público internacional, posicionando al destino y contribuyendo a la apertura geográfica y política (Millet, 2018).

Exposiciones temporales y eventos como las bienales y ferias internacionales sirven a los destinos para crear un flujo de visitantes por diferentes regiones. Un caso ejemplar es el de Italia. Según un análisis realizado por Di Lascio et al. (2011), las rutas artísticas sectorizadas según arte Antiguo, Moderno y Contemporáneo, con exposiciones temporales, marcan un itinerario y flujo controlable de las visitas con renovación continua de público y brindando motivos de retorno a las diferentes provincias italianas (Di Lascio et al., 2011).

2.4 Perfiles de quienes realizan turismo artístico-cultural

Los artistas y aficionados al arte, desde siempre han sido una de las comunidades más móviles y hoy deben cruzar el planeta de punta a punta para asistir a los diferentes eventos y exposiciones (Millet, 2018). En relación a los artistas como viajeros (Franklin, 2018; Rakic y Lester, 2016) dentro de las motivaciones históricas de sus viajes de turismo cultural está la propia reconfiguración personal y creativa, la sensación de libertad y la necesidad de nuevos conocimientos. Esto motivó desplazamientos tanto de letrados, filósofos y artistas que realizaban el denominado *Grand Tour*, en el que los jóvenes aristócratas y estudiosos viajaban fuera de casa como parte de su formación, (Franklin, 2018) u otras rutas que fueron evolucionando, ampliándose hacia otros destinos y modificándose, pero que en la actualidad se mantienen firmes dentro de las principales motivaciones.

Según Hughes (2000), en relación al tipo de perfil del viajero y las artes, se pueden identificar cuatro subgrupos, que se dividen de la siguiente manera:

- Por un lado, los que viajan con un propósito artístico, sea este su principal motor (*primary*), o una más entre otras motivaciones primarias (*multi-primary*), pero igualmente incluido en la lista de actividades a realizar antes de emprender el viaje.

- Por otro, los arte-periféricos, que a su vez se dividen en incidentales: para quienes su principal razón de viaje al destino es otro motivo no artístico, pero su decisión de visitar un atractivo vinculado a las artes fue tomada antes del arribo; y los accidentales, que, a diferencia de los anteriores, la decisión de incluir una visita a un atractivo artístico es realizada una vez en el propio destino.

El primero de los grupos de perfiles de público es el más cautivo y fiel a un destino que busque proyectarse o que sea referente a nivel de turismo artístico, pero también es necesario que se sigan estrategias de captación de los potenciales visitantes del segundo grupo como medida de creación de nuevos públicos. Los conocedores del arte contemporáneo tanto como los simples visitantes que se interesan por asistir a una exhibición o evento de esta clase, buscan experiencias intelectuales o mentales más que de corte estéticas, como al visitar museos con las obras de los grandes maestros de la historia del arte. En este caso la experiencia es el concepto principal y no el enfoque analítico formal (Millet, 2008).

Más específicamente, en relación a los viajeros que realizan turismo artístico vinculado al arte contemporáneo, Origet du Cluzeau (2017) hace la siguiente categorización por segmentos de públicos:

- Grandes aficionados, coleccionistas, galeristas, curadores e inversionistas que se desplazan de una parte del mundo a la otra con el fin de visitar muestras, ferias, bienales, galerías, colecciones y talleres de artistas para descubrir nuevos talentos y conocer las últimas tendencias (Origet du Cluzeau, 2017).
- Aficionados que ocasionalmente compran obras de pequeño porte y se desplazan a grandes centros de arte para, entre otros motivos, visitar ferias, bienales o exhibiciones de arte y que potencialmente pueden consumir tours guiados por agencias especializadas como *Go Art in Berlin* o *Art Process in Paris* (Origet du Cluzeau, 2017).
- Eclécticos: este segmento es el principal objetivo de las campañas de comunicación sobre turismo artístico (Pretince, 2001). Estos turistas visitan museos en sus viajes, están interesados por el arte en general y el arte contemporáneo compone sólo parte de su interés artístico-cultural (Origet du Cluzeau, 2017).
- Espectadores ocasionales: son aquellos visitantes que se encuentran con exposiciones o muestras de arte contemporáneo en espacios alternativos, como la vía pública o espacios abiertos, que pueden gustar o no de lo que ven pero que de todos modos viven la experiencia porque están de paso en esa área específica de forma no premeditada (Origet du Cluzeau, 2017).

El arte y el turismo persiguen un fin último común y transmiten inspiración, por lo que artistas y turistas reflejan un paralelismo en cuanto a las necesidades que buscan satisfacer (LaPage, 2001). Los turistas interesados en el arte, especialmente el arte contemporáneo, no se encuentran influenciados tanto por la crítica especializada, que está perdiendo poder en las últimas décadas, sino que arman su propio repertorio de acuerdo a sus propias necesidades convirtiéndose en co-productores de la experiencia y esto aporta una nueva perspectiva a la práctica del turismo cultural (Origet du Cluzeau, 2013). Desde un perfil demográfico, Richard & van der Ark (2013) revelan que, dentro de los perfiles de público más jóvenes, hay una mayor tendencia por el consumo de arte contemporáneo, mientras que entre los más mayores, prevalece la tendencia hacia los espacios y monumentos más tradicionales.



3. Propositiones e hipótesis

Como primera respuesta o acercamiento hacia las preguntas e investigación planteada, en base a conocimientos previos de la investigadora del caso de estudio a analizar y la revisión de literatura, se cuenta con las siguientes proposiciones e hipótesis que serán sometidas a una comparación con los resultados obtenidos luego de aplicada la metodología en los análisis y discusiones de este trabajo.

Como primera hipótesis se plantea que aún no hay una mirada consolidada o del todo consciente sobre el potencial de desarrollo conjunto que significa la sinergia entre emprendimientos del sector de las artes visuales contemporáneas y del turístico en el caso de estudio seleccionado. La simbiosis entre el arte y el turismo trae una amplia serie de beneficios que contribuirían al desarrollo de uno y del otro además de los derrames culturales y económicos en el propio destino, en línea con los planteos de autores como Hughes (2000) y Rakic y Lester (2016), por lo que es fundamental que se tenga consciencia desde los diferentes niveles de gestión y se reafirmen estrategias conjuntas. Por este motivo, interesa conocer las percepciones de los agentes protagonistas en materia de arte contemporáneo y turismo sobre la relación arte-turismo y sus incidencias mutuas.

Otra de las hipótesis manejadas, siguiendo los planteos teóricos de Origet du Cluzeau (2017) y Corti y Rosete (2012), es que una de las formas clave de fomento del turismo artístico-cultural en los destinos es la promoción de la interacción público-privada de instituciones afines. En este sentido se buscará conocer qué tipo de emprendimientos e iniciativas funcionan actualmente en el caso de estudio y cómo son los vínculos de los propios emprendimientos privados entre sí y sus propuestas, con el sector público.

Por último, está la hipótesis de que el arte contemporáneo está tomando terreno en el panorama del turismo artístico-cultural y que existe una tendencia favorable hacia su consolidación y apertura del abanico de propuestas en los destinos como el caso de estudio seleccionado, aunque aún falta mucho trabajo y coordinación entre las propuestas, los canales de comunicación y la infraestructura. Esta proposición se realiza tomando como punto de partida, a los planteos de autores como Origet du Cluzeau (2017) y Richard & van der Ark (2013). Parte de la investigación incluirá, por lo tanto, un sondeo de las perspectivas y horizontes que proyectan los agentes implicados a futuro, especialmente en un panorama global post Pandemia por el Covid-19.



4. Presentación de Punta del Este y alrededores como caso de estudio

(Ver Anexo 10.1 Fichas de Presentación)

Para realizar un estudio concreto de cómo inciden las artes visuales contemporáneas en el desarrollo de un destino a nivel de turismo artístico-cultural se seleccionó al área de la ciudad de Punta del Este, en el departamento de Maldonado de la República Oriental del Uruguay y alrededores, incluyendo también espacios y propuestas ubicados en La Barra, Manantiales y Punta Ballena. Esta delimitación se realizó por parte de la investigadora a raíz de considerar a estos espacios como un circuito y centro neurálgico de la actividad artístico-cultural vinculado a las artes visuales contemporáneas y que se complementan como destinos turísticos por su cercanía geográfica, perfiles de público y disposición de servicios.

4.1 Presentación y datos del caso de estudio



Punta del Este es una ciudad peninsular que se encuentra al este de la República Oriental del Uruguay, a 113 km, aproximadamente una hora y media en coche, de la capital del país, Montevideo. Cuenta con aeropuerto internacional propio, puerto marítimo y terminal de autobuses interdepartamentales. En base a datos del último Censo de 2011, el municipio de Punta del Este presenta una población altamente urbanizada de 11.128 habitantes. La densidad de la población es de 510,7 habitantes por kilómetro cuadrado, en tanto la densidad de Maldonado es de 34,3 hab/km² y la del país en total es de 18,8 hab/km².

Según datos aportados por el Ministerio de Turismo en enero de 2020, durante el año 2019, tomándolo como año de referencia previo a la crisis sanitaria por la pandemia por el Covid-19, Punta del Este fue el segundo destino en preferencia por los turistas en Uruguay (en primer lugar, se encuentra la capital Montevideo) con la llegada de 584.251 visitantes. El gasto fue de U\$S 672.115.467, ocupando el primer lugar en lo referente al gasto de los servicios turísticos.

4.2 Breve reseña histórica del surgimiento, transformación y consolidación de Punta del Este como destino

En sus orígenes este destino era un paraje indígena, que luego se convirtió en un pequeño pueblo de pescadores. En 1829, Don Francisco Aguilar, un empresario que devino alcalde de Maldonado, fundó "Villa Ituzaingó", nombre que se mantuvo hasta 1907. Desde la creación del Faro en 1860 se dio un crecimiento significativo del número de residentes y a

partir de la creación del primer hotel en 1889 visitantes de todo el país y la región comenzaron a perfilar el potencial turístico de la zona. Luego de años de crecimiento y desarrollo sostenido, hace ya 114 años, el destino pasó a llamarse definitivamente “Punta del Este”.

Ya en épocas del cambio de nombre, este destino contaba con una pequeña población, algunos hoteles y no más de 50 casas, pero la cantidad de residentes y visitantes comenzó a crecer exponencialmente con la llegada de las primeras familias de veraneantes montevideanos y de Argentina, invitadas por el Directorio de la Sociedad “Balneario Punta del Este” como estrategia de fomento y visibilidad hacia las costas esteñas.

Para 1916 Punta del Este contaba con instalación eléctrica lo que le permitió seguir creciendo y convertirse en un foco de atención regional con eventos y festivales internacionales, como por ejemplo el Primer Festival de Cine de Punta del Este en 1951. Otro atractivo a nivel cultural que desde muy temprano marcó la región fue la construcción de Casapueblo, la “escultura viviente”, en Punta Ballena, en manos del artista uruguayo Carlos Páez Vilaró, iniciado en 1958.

La gran expansión del destino fue en la década de 1980, con inversiones inmobiliarias y hoteleras millonarias y expansivas, haciendo que la ciudad aumentara 280.000 metros cuadrados de construcción anuales.

Actualmente, Punta del Este, además de ser el principal destino turístico estival del Uruguay, es una ciudad cosmopolita con todos los servicios, inversiones y proyectos destacados a nivel de grandes inversiones millonarias en curso como el World Trade Center Punta del Este, la zona franca de cine y audiovisual *Punta del Este Studios*, o la zona franca de salud, entre otros, que permiten que cada vez sea mayor el número de personas que la eligen como ciudad de residencia permanente. Desde 2019 cuenta, además con un sello de calidad internacional: la certificación UNWTO.QUEST entregada por la Organización Mundial de Turismo. Este reconocimiento, además de ser una distinción por los servicios e infraestructuras existentes, significa una oportunidad y compromiso para contribuir a mejorar los servicios y la calidad de vida del destino con vista al futuro.

Hoy en día, con la visita de medio millón de personas por temporada, Punta del Este es un polo de referencia no solo a nivel de turismo de sol y playa, sino que cada vez más se perfila destacadamente con su oferta cultural y artística, que favorece la desestacionalización del destino y que fortalece el entramado de propuestas culturales para los nuevos y antiguos residentes.

4.3 Punta del Este y alrededores en relación al turismo artístico-cultural

A lo largo de los años se han ido sumando infraestructuras y proyectos culturales a la oferta cultural puntaesteña hasta conformar un interesante entramado de actividades culturales vinculadas a las artes visuales y arte contemporáneo que tanto los locales como los turistas pueden aprovechar para expandir su consumo cultural. Algunas de estas propuestas funcionan únicamente en los meses de la temporada alta cuando el flujo de turistas y visitantes es más intenso, entre los meses de noviembre y marzo, pero cada vez

es mayor el número de ofertas que apuntan a una desestacionalización del destino, con actividades anuales sostenidas.

Los proyectos, espacios e instituciones y eventos que se presentan y describen a continuación son una selección realizada por la investigadora en base a su trayectoria e influencia en el medio, y que resultan de interés para conocer el estado del arte y del turismo artístico-cultural en Punta del Este y alrededores (Manantiales, Punta Ballena y La Barra).

4.4 Espacios, instituciones y eventos artístico-culturales seleccionados en el área delimitada de acuerdo a su vínculo con el turismo artístico-cultural

4.4.1. Casapueblo, Museo-taller del artista plástico Carlos Páez Vilaró¹



Esta construcción icónica de la costa esteña se encuentra en Punta Ballena, a solo 13 km de Punta del Este y fue creada por el propio artista uruguayo Carlos Páez Vilaró a partir de 1958. Hoy en día cuenta con un museo con obras plásticas entre las que destacan pinturas, murales, cerámicas y esculturas, elementos que el artista utilizaba en su taller, además de sus vestimentas y tambor que llevaba en los desfiles de candombe en que participaba. En su interior se encuentran cinco salas, tres terrazas y una sala de cine con proyecciones documentales sobre la vida y obra del artista. Además del museo, en este espacio que fuera residencia permanente y taller de Páez Vilaró, opera un prestigioso hotel, una tienda de *souvenirs* vinculados a la obra del artista, y un amplio espacio gastronómico.

La arquitectura modelada y su ubicación entre los acantilados hacen de este espacio uno de los principales nodos turísticos y su imagen es recurrente en la promoción de Uruguay como destino en las ferias internacionales de turismo. Las formas arquitectónicas que lo componen son una obra de arte en sí mismas, y su construcción le llevó al artista más de cuarenta años. Al ser un espacio muy característico del arte uruguayo, incluso por las temáticas recurrentes en la obra de Páez Vilaró que se pueden apreciar en el museo, en torno al candombe, parte fundamental del folklore del país, y los desfiles de carnaval, representa un atractivo cultural muy autóctono, único y auténtico, demandado por los turistas y visitantes de todo el mundo que desean acercarse al arte nacional.

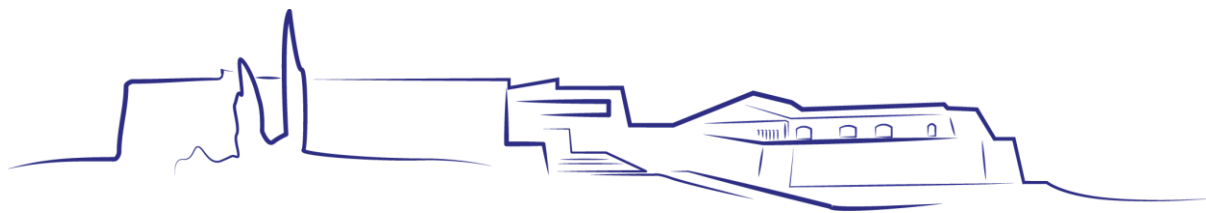
Es un espacio que funciona durante todo el año, tanto el museo, como la parte hotelera y gastronómica, pero que en verano es cuando recibe el mayor número de visitantes,

¹ información extraída del sitio web de Casapueblo: <http://casapueblo.com.uy/>, además de la visita personal de la investigadora al espacio y entrevista realizada a la directora del museo, la Señora María Dezuliani el 5 de marzo de 2021.

superando las 2.000 visitas diarias, con presencia de público principalmente regional y nacional. Sin embargo, cada vez más va en aumento la afluencia de público extrarregional, especialmente en los meses de agosto y septiembre, con gran presencia de europeos y norteamericanos. El precio del ticket de ingreso es de 7 usd para adultos, mayores de 65 años 6 usd y gratuito para menores de 12 años.

No solo es un ícono y visita obligada para artistas, coleccionistas, investigadores, amantes del arte y la arquitectura en general y estudiantes de los diferentes niveles de formación, sino que atrae la atención de un público ampliado que busca además del conocimiento artístico y cultural, el contacto con la naturaleza. Debido a su ubicación privilegiada sobre el mar, la experiencia de los visitantes incluye poder apreciar el atardecer y la puesta del sol en la costa escuchando una grabación de la voz del propio artista recitando un poema de su autoría dedicado al sol, elemento inspirador de su obra.

4.4.2. Museo Ralli de Punta del Este²



El Museo Ralli está ubicado en el barrio Beverly Hills, de la ciudad de Punta del Este. La Organización Ralli es de carácter privado sin fines de lucro y fue la primera en el mundo en la creación de sedes museísticas en varios países, una política seguida por importantes museos internacionales.

El primer Museo Ralli fue, precisamente, el de Punta del Este en 1988; el segundo en Santiago (Chile) en 1992; el tercero en Caesarea (Israel) en 1993; el cuarto en Marbella (España) en el año 2000; y el quinto museo también en Caesarea (Israel) en el año 2007. Todos estos espacios fueron fundados por Harry y Martine Recanati.

En épocas normales, previas a la actual pandemia por Covid-19, las visitas mensuales rondan en las 9.500 personas en alta temporada y unas 2.000 en temporada baja. De esas visitas, el 80% pertenece a extranjeros mientras que el 20% al público nacional. La entrada a todos los museos Ralli, incluido el de Punta del Este, es libre y gratuita.

En cuanto a orígenes y procedencias de los públicos, el principal sector está conformado por las visitas de instituciones educativas continuas y frecuentes, que llegan desde los departamentos de Artigas, Rivera, Treinta y Tres, Colonia, Montevideo y Rocha. También cuenta con visitas nacionales de público individual o en pequeños grupos, pero en menor medida. Fuera del ámbito local los principales orígenes de procedencia son los países vecinos: Argentina, Brasil y Chile, en ese orden.

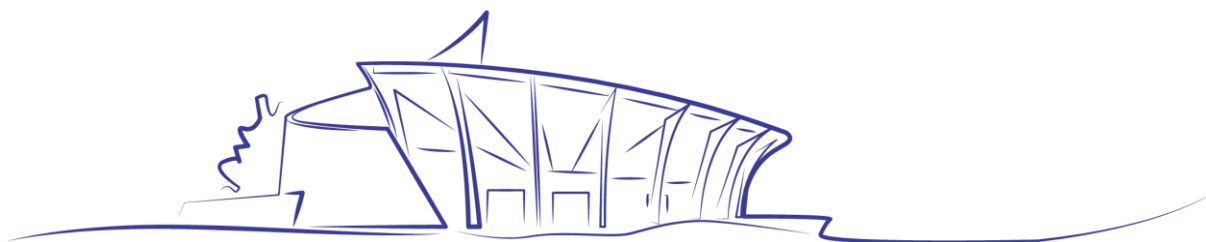
² información extraída del sitio web del Museo Ralli: <https://www.museoralli.com.uy/>, además de la visita personal de la investigadora al espacio y entrevista realizada a la responsable de comunicación y marketing del museo, la Señora Susana Charbonnier, el 10 de marzo de 2021

El espacio cuenta con la virtud de haber sido diseñado e ideado para ser un museo y albergar las colecciones permanentes y temporales que se exhiben, por lo que los espacios son bien aprovechados para cumplir ese fin. Presenta un diseño de galerías en dos niveles interconectados mediante arcos y ventanas de estilo de hacienda colonial, con entradas de luz natural y patios centrales que permiten hacer un itinerario o bien lineal sala a sala o bien pensando al patio central como un *hub*.

Cuenta con más de 6.000 metros cuadrados construidos y un vasto parque arbolado circundante. En su interior alberga una de las colecciones de arte latinoamericanas más importantes del mundo, puesto que su objetivo principal es promover el conocimiento de la obra de artistas latinoamericanos contemporáneos. Además, presenta obras pictóricas y escultóricas de artistas europeos (destacan principalmente una serie de esculturas originales de Salvador Dalí, obras de Amadeo Modigliani, y John Robinson, entre otros). Dentro de la colección permanente cuenta con un importante acervo de obras surrealistas y vinculadas al realismo mágico, parte de los gustos del coleccionista fundador.

Además de las salas de exhibiciones de pinturas y esculturas en el interior, cuenta con un patio de esculturas central y otro secundario, una sala de exhibiciones temporales, donde actualmente se exhiben obras de Marc Chagall, Juan del Prete y la muestra “Camino mágico”, y una sala de audiovisuales. Acompaña a las exposiciones de arte una agenda de actividades socioculturales y educativas, como talleres, charlas, conciertos y actividades para niños, todas ellas gratuitas.

4.4.3. Fundación Pablo Atchugarry y futuro Museo de Arte Contemporáneo Americano MACA³



La Fundación Pablo Atchugarry es una institución sin fines de lucro situada a 19.5 km de Punta del Este, en un entorno rural y natural en Manantiales. Fue fundada e inaugurada en 2007 por el escultor y artista visual uruguayo de prestigio internacional, Pablo Atchugarry. En el predio de la fundación los visitantes pueden deleitarse con un parque internacional de esculturas a cielo abierto de 25 hectáreas, tres salas de exposiciones, un auditorio destinado a la realización de conciertos, proyecciones, conferencias y presentaciones varias, un escenario abierto, un espacio gastronómico, un salón didáctico donde se ofrecen talleres y cursos, e incluso encontrarse con el propio artista trabajando en su taller de esculturas de

³ información extraída del sitio web y redes de la Fundación Atchugarry: <http://www.fundacionpabloatchugarry.org/>, además de la visita personal de la investigadora al espacio y entrevista realizada al Director del futuro Museo de Arte Contemporáneo Americano (MACA), el señor Leonardo Noguez, el 13 de mayo de 2021.

mármol de Carrara de gran porte, además de disfrutar de un excelente maridaje entre arte y naturaleza.

Se trata de un espacio donde no sólo se contemplan las artes visuales y la escultura, sino que se promueve la formación y el desarrollo holístico de todas las manifestaciones, acercando al público también a la literatura, la danza y la música de diversos estilos, de la mano de artistas consagrados, y brindando oportunidades de apertura y visibilidad también a los emergentes. La entrada a los diferentes eventos y exhibiciones es libre y gratuita.

La fundación recibe más de 100 mil visitas anuales y atrae a un público amplio, variado e internacional. No solo capta a los interesados en el mundo de las artes visuales, artistas, curadores, coleccionistas y expertos, sino que, con la variedad de propuestas culturales, permite la creación de nuevos públicos hibridando intereses culturales. El espacio apunta fuertemente a la creación de públicos brindando programas y actividades educativas para las visitas de escolares, liceales y universitarios. La ubicación en un entorno rural amplía a la región más allá del destino de sol y playa.

Este espacio se encuentra en continua transformación y expansión. Hace dos años, se inauguró una sede en Miami, USA, con el fin de internacionalizar la actividad cultural nacional y potenciar el desarrollo de los artistas locales, a la vez que crea un puente con el exterior y logra nutrirse también con las obras de artistas extranjeros.

Sobre el Museo MACA

En enero de 2022 será inaugurado en el predio el emblemático Museo de Arte Contemporáneo Americano, MACA, gracias al sentimiento patriota del artista fundador con el objetivo de continuar expandiéndose y ubicar al Uruguay en el sitio más elevado entre las potencias culturales y artísticas del mundo en el mapa de las grandes exhibiciones internacionales y potenciar a artistas locales y su desarrollo realizando sinergia con otras instituciones. Este espacio de singular arquitectura de madera nacional y formas sinuosas, albergará una colección permanente de arte americano que constituirá también un gran atractivo turístico. Es destacable la importancia a nivel arquitectónico de esta obra a cargo del afamado arquitecto uruguayo, Carlos Ott, que apuesta, desde su diseño, a convertirse en una postal de un Uruguay que tiene al arte y la arquitectura como embajadoras.

Una de las principales estrategias para impulsar el turismo en la zona y la afluencia continua de visitantes del museo como polo de atracción es generar exposiciones de alta calidad además del fomento de una interesante agenda de muestras itinerantes que opere todo el año. De esta forma se invita al movimiento y visita del museo también en invierno, con eventos que sean motivo de desplazamiento de visitantes hacia el destino en cualquier época del año.

4.4.4. Espacio de Arte ZOCO, Punta del Este⁴



El Espacio de Arte ZOCO fue inaugurado en 2019 por Pía Susaeta y Gustavo Moraes y se ubica en plena península de Punta del Este, en la calle 2 de Febrero y La Salina, a metros del faro y del puerto de la ciudad. Es un espacio que busca despegarse del concepto tradicional de las galerías de arte convencionales. Su principal objetivo es fomentar el arte contemporáneo nacional y de extranjeros residentes en Uruguay mediante la realización de exposiciones de obras de arte, encuentros y charlas con los artistas abiertos y gratuitos para el público y actividades socioculturales durante todo el año para fomentar intercambios y sinergias artísticas, convirtiéndose en un centro de reunión para personas con interés en fomentar las artes visuales en el territorio.

Mediante un acercamiento cálido y directo ZOCO pretende conectar, además de con los conocedores y aficionados del mundo del arte, también con un público en formación o que desconoce las lógicas y funcionamiento de este campo, sin prejuicio y con ánimo integrador. Este centro cultural ofrece cursos de formación permanente en arte y filosofía, generando contenidos también en conjunto con la Fundación de Arte Contemporáneo, FAC.

4.4.5. Feria Internacional de Arte ESTE ARTE⁵



⁴ información extraída de artículos de prensa digitales y redes de ZOCO, además de la visita personal de la investigadora al espacio y entrevista realizada a Pía Susaeta y Gustavo Moraes, el 19 de marzo de 2021.

⁵ información extraída de artículos de prensa digitales sitio web y redes de ESTE ARTE: <https://www.estearte.com/>, además de la visita personal de la investigadora al evento en su edición anterior y entrevista realizada a su fundadora y directora ejecutiva, la señora Laura Bardier, el 18 de marzo de 2021.

ESTE ARTE es una feria internacional de arte contemporáneo y moderno que tiene lugar en el mes de enero en Punta del Este, siendo el centro de Convenciones y Exhibiciones de Punta del Este su locación en las últimas ediciones. En total ya contabiliza 6 ediciones desde su lanzamiento en 2014 y en cada una de las últimas ha recibido a más de 6.000 visitantes a lo largo de los 3-4 días de duración del evento. Además de la exhibición y venta de obras de la mano de aproximadamente 30 galerías que componen la feria, los visitantes pueden participar de actividades culturales orientadas al público especializado y al público en general, como congresos, charlas y seminarios.

ESTE ARTE surgió para fomentar el arte contemporáneo de los artistas uruguayos, catalizando y consolidando un mercado emergente, siendo un *matchmaker* y agente de sinergia, distribución y conexión de la información. Un proyecto artístico y cultural pero también pensado para fomentar al turismo vinculado al arte, demandado culturalmente en una ciudad con público ávido por consumir productos de este tipo.

El público se compone principalmente por latinoamericanos, en un 75% aproximadamente y por visitantes de extrarregión en un 25%. Uno de los principales puntos que destaca la organización de ESTE ARTE es la capacidad de mantener una escala humana, con un número manejable de galerías participantes, jóvenes y establecidas, seleccionadas por su prestigio a nivel internacional.

El principal objetivo es generar instancias de encuentro donde los coleccionistas puedan descubrir y encontrar obras de artistas consagrados, pero también de aquellos que están comenzando su carrera, de forma inclusiva.

Además de los espacios seleccionados y presentados a los efectos de esta investigación, Punta del Este y sus alrededores (Manantiales, La Barra y Punta Ballena) cuentan con otros espacios dedicados al desarrollo de las artes visuales contemporáneas tales como: el Centro Cultural Kalvin, Centro Cultural Democrático CCD, Espacio Cultural Gorlero, Galería Sur, Galería Guerra, Xippas Galerie Punta del Este, Galería del Paseo, La Pecera Galería de Arte, Playas Blancas Art Gallery, 3G Galería de Arte, Galería Silu, además de los talleres y ateliers de artistas nacionales y extranjeros que han elegido esta zona para realizar su producción artística y otros espacios relacionados.

4.5 Instituciones de gestión y fomento de la actividad turística en Punta del Este seleccionados

En lo referente a la gestión y organización de la actividad turística en Punta del Este, inciden diferentes niveles de la administración pública tanto nacional como departamental, así como emprendimientos privados de fomento y desarrollo del turismo y la cultura local.

A nivel nacional la máxima institución es el Ministerio de Turismo, dentro del Poder Ejecutivo. Fue creado en 1986 por la Ley N.º 15.851 y cumple la función de orientar, estimular,

promover, reglamentar, investigar y controlar el turismo y las actividades y servicios directamente relacionadas al turismo en todo el territorio nacional.

4.5.1 Dirección General de Turismo de Maldonado⁶

En cada uno de los 19 Departamentos que componen a Uruguay, opera la Dirección General de Turismo. En el caso de la ciudad de Punta del Este y alrededores, a nivel departamental el turismo está regido por la Dirección General de Turismo del Departamento de Maldonado. La Dirección General de Turismo de Maldonado funciona dentro de la Intendencia de Maldonado y apuesta a la evolución de Punta del Este para dejar de ser un destino exclusivo de sol y playa, apuntando a brindar experiencias para locales, visitantes y turistas desde distintas facetas. La institución también busca articular y mancomunar esfuerzos entre el sector público, el privado y la academia generando productos que permitan reafirmar la identidad y aprovechar la marca que es Punta del Este a nivel internacional para dar a conocer los destinos y producción nacional de forma sostenible, por lo que apuntan fuertemente al sector cultural, gastronómico y ecológico, apoyando emprendimientos a micro y macro escala. De esta administración dependen los centros públicos de información turística de la ciudad.

4.5.2 Liga de Fomento de Punta del Este⁷

La Liga de Punta del Este, Fomento y Turismo es una asociación civil, independiente y sin fines de lucro que promueve el desarrollo de la región. Es un ámbito de información e intercambio de experiencias y conocimiento que contribuye a mejorar la calidad del diálogo de las instituciones y valorar la existencia de reglas claras que permitan un marco de previsibilidad y seguridad jurídica. Fue fundada el 23 de abril de 1940, originalmente como la “Liga de Defensa de los intereses de Punta del Este” por iniciativa de un grupo de comprometidos vecinos del balneario. En 1945 se inauguró la sede de la institución, que se mantiene actualmente, en la Parada 1 sobre las calles 31 y la Rambla Costanera en un acto que contó con la presencia del entonces presidente de la República, Dr. Juan José Amézaga.

Desde su inicio la Liga promovió innumerables iniciativas de fomento del turismo y de la cultura así como el desarrollo de Punta del Este. Entre sus objetivos se encuentran: fortalecer el vínculo entre personas, instituciones y organizaciones locales, regionales, nacionales e internacionales; impulsar el desarrollo de la industria turística de la región; articular actividades empresariales, sociales y culturales; colaborar con autoridades municipales, departamentales y nacionales a través de múltiples canales como, por ejemplo,

⁶ información extraída del sitio web de la Intendencia de Maldonado: <http://www.maldonado.gub.uy/?mm=Turismo>, además de la entrevista realizada al Director General de Turismo de Maldonado, el señor Martín Laventure, el 12 de julio de 2021.

⁷ información extraída del sitio web de la Liga de Fomento de Punta del Este: <https://www.ligapuntadeleste.com.uy/>, además de la entrevista realizada a la Directiva Mariela Soldano, el 18 de junio de 2021.

la Comisión Coordinadora y la Mesa de Trabajo Estratégico de Turismo Sostenible; ofrecer apoyo y asesoramiento a socios, medios de comunicación e instituciones públicas y privadas.

La Liga de Punta del Este cuenta con diferentes Comisiones de Trabajos, dentro de las cuales destaca Info Turismo, como espacio de innovación e impacto para una nueva forma de recibir a los turistas y visitantes con una atención personalizada, completa y atractiva, informando, promoviendo y fomentando al destino. Este espacio está abierto todo el año con un horario extendido. Las demás Comisiones son: Turismo Sostenible, Medio Ambiente, Paisaje Urbano y Comunidad; Cultura, Eventos y Comunicación; Promoción de la Seguridad Vial; Relaciones Internacionales y Alianzas Estratégicas; y la Comisión Coordinadora.



5. Metodología

5.1 Estrategias de investigación

Los procedimientos para llevar a cabo esta investigación fueron variados y extendidos en el tiempo. Además, existe el hecho de la nacionalidad de la investigadora que como uruguaya, conoce el destino seleccionado como caso de estudio desde la infancia, por lo que desde antes de esbozada la metodología ya existía un acercamiento previo como usuaria.

La aplicación de la metodología concreta y en particular para este proceso de investigación dio inicio en Uruguay a principios de septiembre de 2020, con la visita a algunos de los espacios propuestos para indagar acerca de su estado y conseguir contactos de interés para llevar a cabo entrevistas más adelante.

La aplicación de entrevistas se llevó a cabo entre los meses de marzo y julio de 2021, siendo las primeras realizadas desde la ciudad de Girona y las últimas desde Montevideo y Punta del Este, en Uruguay.

La indagación sobre literatura referida a turismo artístico en general y en relación a las artes visuales en particular se realizó entre los meses de noviembre 2020 y mayo 2021, consultando fuentes de revistas especializadas en turismo, con énfasis en turismo cultural, fuentes académicas desde el gestor de búsquedas bibliográficas de la Universitat de Girona con el acceso de estudiante matriculada en la Maestría en Turismo Cultural. También se consultaron libros sobre arte contemporáneo de autores de referencia del campo y publicaciones impresas sobre turismo cultural disponibles en la Biblioteca del Campus Barri Vell de Girona. Para incorporar las últimas novedades publicadas al respecto se generó una alarma de búsqueda del Google Académico con las palabras clave: turismo artístico, *art tourism*, turismo y arte contemporáneo, arte y turismo, artes visuales y turismo cultural.

Por motivaciones personales y directamente vinculadas a la elaboración de esta investigación, la investigadora realizó la última instancia de trabajo de campo *in-situ* como residente en la ciudad de Punta del Este, a partir de junio de 2021 hasta la actualidad para conocer el panorama del campo de análisis de primera mano, viviendo el día a día del destino seleccionado como caso de estudio y asistiendo a eventos de índole artístico-cultural para locales, turistas y visitantes con énfasis en las artes visuales contemporáneas permitidos según protocolos actuales por la Pandemia de Covid-19

5.2 Métodos de investigación

Para esta investigación se llevaron a cabo técnicas cualitativas como: revisión y análisis de bibliografía y artículos relacionados al turismo cultural y artístico y el arte contemporáneo; lectura de artículos y publicaciones sobre el destino escogido como caso de estudio; análisis de sitios web y contenidos en redes de las instituciones relevantes; entrevistas semiestructuradas a informantes calificados; y visita personal a los espacios

analizados (según disponibilidad y protocolos por la actual pandemia por Covid-19). Finalmente se realizó el vaciado de los contenidos obtenidos en un análisis y triangulación de datos para obtener luego conclusiones y presentar discusiones sobre el proceso y los hallazgos.

5.2.1 Búsqueda bibliográfica sobre el tema seleccionado

Para la elaboración del marco teórico desde el cual plantear las premisas investigativas de este trabajo, se realizó una revisión de literatura sobre el arte contemporáneo, el turismo artístico y sus relaciones. La selección de referentes y autores buscó incluir publicaciones, artículos de divulgación, revistas especializadas y libros desde la teoría, la práctica y la academia tanto en el arte y la cultura como en el turismo, para contemplar ambas miradas y posturas. Se contemplaron materiales publicados hasta el mes de mayo de 2021, fecha en la que se suspendió el motor de búsqueda de nuevos contenidos para incluir.

5.2.2 Investigación en la web y redes de los espacios seleccionados

Previo al primer contacto con los proyectos e instituciones cuyos referentes fueron entrevistados se realizó un estudio de sus sitios web y redes sociales. Esta aproximación inicial tuvo como objetivo familiarizarse con las instituciones, conocer el tipo de comunicación y contenidos propuestos, los horarios de apertura y materiales disponibles para los visitantes y turistas, conocer si generan contenidos en diversos idiomas o informaciones de utilidad para extranjeros como indicaciones de acceso, medios de transporte disponibles, entre otras cuestiones relevantes. Además, se buscaron noticias y entrevistas anteriores publicadas en la web y prensa escrita para interiorizarse con su funcionamiento, dinámica, relacionamiento con otras instituciones y actividades que desarrollan.

5.2.3 Visitas a los espacios seleccionados

Antes de establecer conexión con los referentes entrevistados se realizó una visita personal a los espacios artístico-culturales seleccionados a modo de observación directa y exploración. El modo de accionar fue entrar a los espacios como usuaria, en algunos casos sola y en otros en compañía de personas allegadas pero ajenas a la investigación y hacer el recorrido indicado para la visita prestando especial atención a determinados factores. Los puntos para analizar fueron: facilidad de acceso y locomoción disponible, funcionamiento de recepción, existencia de cartelas informativas o guías en diferentes idiomas, comunicación de las actividades y si existían acciones compartidas con otras instituciones afines, conocer si los espacios cuentan con tiendas o cafeterías asociadas o incorporadas y en caso afirmativo conocer los precios generales. Se puntualizó también sobre condiciones generales de cuidado, protocolos sanitarios, mantenimiento e higiene de las instalaciones. Las visitas fueron realizadas entre los meses de septiembre y noviembre de 2020 y tuvieron duraciones variables dependiendo del tamaño del espacio en cuestión, de entre 30 minutos y una hora aproximadamente.

5.2.4 Entrevistas semiestructuradas

La herramienta de la entrevista resultó ser uno de los mejores métodos para presentar la voz directa de los agentes implicados en el caso de estudio y poder realizar conexiones entre sus discursos de forma inédita.

La selección de la entrevista semiestructurada a informantes calificados como una de las principales herramientas metodológicas cualitativas fue para permitir una actitud flexible y dejar margen para que los agentes entrevistados pudieran presentar y discutir sobre percepciones personales y temas que les resultaran importantes y pertinentes con mayor libertad. De esta manera, se buscó que los entrevistados no sintieran la presión que generaría una mayor formalidad o estructura rígida, pero, de todos modos, se partió de un guion previamente elaborado como guía estructural. Mediante la aplicación de las entrevistas se pretendía obtener información no sólo de los propios espacios que cada agente representa en cuanto a su funcionamiento, tipo de público, número de visitas y actividades propuestas, lo cual se complementa con el análisis de los sitios web institucionales, sino que también se buscó construir un panorama del estado de situación del destino en general en torno al turismo artístico-cultural.

Los guiones de entrevista (Ver 10. Anexos) se realizaron o ajustaron en particular para cada una de las instancias, pero en todos los casos apuntaban a recabar información con el fin de aportar luz sobre cómo se autopercibe el sector artístico-cultural actuante en el área delimitada y su influencia o peso en el turismo para conocer la importancia o relevancia que los diferentes organismos atribuyen a la sinergia entre arte, cultura y turismo.

Las entrevistas fueron realizadas de forma virtual mediante las plataformas de Zoom y Google Drive, según preferencia de los entrevistados y tuvieron duraciones variables entre sí, ocupando un tiempo mínimo 35 minutos hasta un máximo de 1 hora y 20 minutos en conexión desde las ciudades de Girona, Montevideo y Punta del Este dependiendo de la fecha de realización.

En muchos casos, el primer contacto con los entrevistados se realizó de forma virtual, por e-mail y en algunos se realizó una visita al espacio para consultar sobre quién sería la persona más pertinente para entrevistar o conseguir el contacto de la dirección del mismo.

5.3 Criterios de selección de espacios y agentes para entrevistar

Antes de realizar las entrevistas se consideraron dos factores determinantes: por un lado, la utilidad de la información que se buscaba recabar y, por otro lado, la pertinencia y justificación de los agentes seleccionados, tanto desde la institución que representan como el puesto y rol que ocupan en la misma. Para conocer de forma exhaustiva el panorama del turismo cultural vinculado a las artes visuales en el área determinada se eligió a un grupo de especialistas y agentes implicados con incidencia directa en el sector, tanto desde el área artístico-cultural, como del sector turístico. Estas personalidades fueron seleccionadas en base a su trayectoria profesional en el sector, por estar vinculados directamente a una institución o proyecto de fomento de las artes visuales contemporáneas y su

internacionalización o apertura al público, visitante o local, de notoria influencia. También se aplicó el procedimiento de bola de nieve, mediante el cual se le solicitó a cada uno de los entrevistados que sugirieran nombres de agentes influyentes a efectos de la investigación, para evitar omitir o excluir a alguno por desconocimiento previo o no consideración a priori por parte de la investigadora.

En la mayoría de los casos se contactó con los directores de los espacios culturales y vinculados al turismo debido a que, en el primer caso son quienes están a cargo no solo de las decisiones artísticas y selección de exposiciones sino que también se encargan de las principales tareas administrativas y de toma de decisiones institucionales, y en el segundo caso, debido a que quienes ocupan los cargos de dirección son quienes conocen todos los aspectos generales del estado de situación de la institución. Por su propia naturaleza y porte, la mayoría de los espacios de arte y museos del Uruguay, en general, y Punta del Este en particular, presentan dirección artística y administrativa centrada en una única persona. Sin embargo, en uno de los casos, la dirección de uno de los espacios contactados prefirió derivar la entrevista para con la responsable de Comunicación y Marketing.

Además de incluir a los espacios vinculados directamente con el arte contemporáneo se realizaron entrevistas a representantes de espacios vinculados al turismo sostenible, tanto a nivel estatal como organizaciones independientes.

El objetivo de aplicar la metodología de la entrevista a agentes de los espacios e instituciones seleccionados es recabar información sobre aspectos clave que hacen a la investigación de manera de dar respuestas a las preguntas planteadas inicialmente, tales como:

- conocer el panorama actual en relación al binomio cultura-turismo en general y arte-turismo en particular en el destino, desde la perspectiva de los propios agentes y su autopercepción en el entramado del turismo artístico-cultural.
- indagar sobre el funcionamiento de la oferta cultural-artística en relación a las demandas del público y la oferta turística presente.
- analizar las tendencias percibidas y conocer las principales necesidades y problemáticas que demandan ambos sectores para potenciar la oferta de productos del turismo artístico-cultural.

En una primera instancia se realizaron entrevistas a agentes del ámbito artístico-cultural vinculados a las artes visuales contemporáneas. Se optó comenzar por este perfil del sector debido a la mayor familiarización de la investigadora con esas instituciones y proyectos, y los contenidos que manejan. Una vez analizados los datos relevados en el ámbito artístico-cultural se procedió a entrevistar a agentes vinculados al ámbito turístico y político.

La selección de agentes a entrevistar se realizó también en consideración a su ubicación geográfica demarcada por los límites territoriales del área del caso de estudio. Ésta no sólo se limita a la ciudad puntual de Punta del Este, sino que abarca también zonas aledañas como Manantiales, La Barra y Punta Ballena. A nivel geográfico estas zonas son muy cercanas entre sí y a nivel del turismo artístico conforman un circuito que, a criterio de la investigadora, funciona de forma sinérgica. Esta cualidad hace necesario que, desde un enfoque en las artes visuales contemporáneas, se estudie al conjunto como unidad.

En todos los casos existía un conocimiento previo, por parte de la investigadora, de los espacios culturales propuestos, en alguno de ellos únicamente como visitante y consumidora de los productos artístico-culturales ofrecidos a lo largo de los años, por tratarse de un territorio conocido y frecuentado desde la infancia. Siendo la investigadora artista visual y gestora cultural existía previamente un acercamiento con alguno de los agentes y espacios implicados con quien se comparte la misma área de interés y como uruguaya, existe un fuerte vínculo con el destino seleccionado como caso de estudio y actual ciudad de residencia.

5.4 Agentes, espacios y proyectos seleccionados

Lista de agentes calificados seleccionados para realizar la entrevista cualitativa (en orden cronológico según fecha de realización de la entrevista):

- María Dezuliani, por Dirección de Casapueblo, Museo-taller dedicado a la obra y vida del artista plástico Carlos Páez Vilaró
- Susana Charbonnier, por Comunicación y Marketing del Museo Ralli de Punta del Este
- Laura Bardier, por Dirección de la Feria Internacional de Arte de Punta del Este ESTE ARTE
- Pía Susaeta y Gustavo Moraes, por Dirección de ZOCO Punta del Este
- Leonardo Noguez, por Dirección del futuro museo MACA de la Fundación Atchugarry
- Mariela Soldano, por Directiva de la Liga de Fomento de Punta del Este
- Martín Laventure, por Dirección General de Turismo de Maldonado, Intendencia de Maldonado

5.5 Desarrollo de las entrevistas caso a caso (en orden cronológico)

5.5.1 Entrevista a María Dezuliani, por Dirección de Casapueblo

La primera entrevista realizada fue a la señora María Dezuliani, Directora Ejecutiva del Museo-Taller Casapueblo, dedicado a la vida y obra del artista plástico uruguayo Carlos Páez Vilaró (ver 4.4.1), el viernes 5 de marzo a las 16:30 hs de Uruguay, vía Zoom, desde la ciudad de Girona, Cataluña, con una duración aproximada de 55 minutos.

En octubre de 2020 la investigadora concurrió personalmente al Museo-Taller Casapueblo en Punta Ballena, luego de realizar la visita al espacio, se presentó y solicitó hablar con la directora que estaba allí presente, a quien se le informó sobre la incipiente investigación preguntándole si se le podría realizar una serie de preguntas para el desarrollo de la misma. Dezuliani se mostró muy entusiasmada y dispuesta a contribuir a la investigación, brindando su contacto personal.

Efectivamente, en el mes de marzo, se volvió a establecer contacto y se llevó a cabo la entrevista de aproximadamente una hora siguiendo, de forma semiestructurada y muy fluida, el guion de preguntas del “Formato de entrevista 1”. Este formato cuenta con una

división temática ordenadora de las preguntas guía, según: introducción, sobre la gestión del espacio, sobre los públicos, y proyecciones futuras (Ver anexo 10.2: Formato de entrevista 1)

5.5.2 Entrevista a Susana Charbonnier, por Comunicación y Marketing del Museo Ralli de Punta del Este

La segunda entrevista fue con la señora Susana Charbonnier, gestora cultural y responsable de Comunicación y Marketing que, junto a la Directora, la señora Virginia Serrana, trabajan en la gestión del Museo Ralli de Punta del Este (ver 4.4.2). El encuentro se llevó a cabo el día miércoles 10 de marzo a las 16:30 hs de Uruguay, vía Zoom, desde la ciudad de Girona, Cataluña, con una duración aproximada de 45 minutos.

En esta oportunidad también existió un contacto previo de acercamiento a la institución en octubre de 2020, cuando se recabó el contacto institucional de la dirección del museo. Esta visita además permitió a la investigadora analizar y conocer de forma directa el espacio y conocer las propuestas artístico-culturales que ofrece, su conectividad con el resto de la ciudad para desplazarse y llegar hasta el museo, la distribución y accesibilidad de las salas y colecciones, la presencia de cartelería o informaciones de interpretación en varios idiomas contemplando la participación tanto del público local como de los visitantes internacionales. La modalidad de participación por parte de la investigadora en el recorrido del museo fue desde el anonimato y con la compañía de dos personas más, como si se tratara de público general y sólo se procedió a presentarse y solicitar el contacto de la dirección para realizar la entrevista, una vez finalizado el recorrido propuesto por el espacio.

Por tratarse de una institución de características similares a la mencionada en el punto 1 de este apartado, se aplicó el mismo formato de guion de preguntas para la entrevista: "Formato de entrevista 1". (Ver anexo 10.2: Formato de entrevista 1)

5.5.3 Entrevista a Laura Bardier, por Dirección de la Feria Internacional de Arte de Punta del Este ESTE ARTE

La tercera persona entrevistada fue la señora Laura Bardier, Directora de la Feria Internacional de Arte de Punta del Este ESTE ARTE (ver 4.4.5). La entrevista se realizó mediante la plataforma *Google Meet* el día 18 de marzo a las 16:00 hs (hora local de New York, USA, ciudad de residencia de la entrevistada) en conexión con la ciudad de Girona, Cataluña, con una duración de 1 hora y 20 minutos.

Si bien la investigadora ya conocía el evento en cuestión y había visitado la Feria ESTE ARTE en una de sus ediciones, no existía vínculo personal previo con la entrevistada, a quién se la contactó mediante la dirección de correo electrónico disponible en la web institucional de la feria.

Por tratarse de un evento con sus particularidades propias, se elaboró un guion de preguntas específico, diferente al aplicado en los casos anteriores de modo de contemplar asuntos de la gestión de un evento efímero que tiene otra lógica de funcionamiento y

necesidades que un museo, aunque con elementos comunes en cuanto al ordenamiento temático, y aspectos referidos al destino y a la relación arte-turismo en general. (Ver anexo 10.3: Formato de entrevista 2)

5.5.4 Entrevista a Pía Susaeta y Gustavo Moraes, por Dirección de Zoco Punta del Este

En cuarto lugar, según orden cronológico, se realizó la entrevista a la señora Pía Susaeta y al señor Gustavo Moraes por la Dirección de ZOCO Punta del Este (ver 4.4.4), el día 19 de marzo a las 16:00 hs de Uruguay mediante la aplicación Zoom en conexión con la ciudad de Girona, Cataluña, con una duración aproximada de una hora.

En este caso la investigadora también conocía el espacio previamente por visitas realizadas a exposiciones y eventos allí presentados. Si bien existen muchas galerías de arte contemporáneo en la zona delimitada como caso de estudio se optó por entrevistar a referentes de una de ellas, para no caer en redundancia de información, y se optó por ZOCO porque además de su propuesta como galería cuenta con actividades que se proyectan anualmente contemplando también al público local tanto como al turístico estacional.

Se aplicó, como en los dos primeros casos, el guion de preguntas del “Formato de entrevista 1” (ver anexo 10.1 Formato de Entrevista 1) con el agregado de un apartado adicional en la pregunta número 3: “¿Funciona como conglomerado o asociación el conjunto de galerías y salas de exhibición de arte de Punta del Este, La Barra y Manantiales?”. Se incluyó esta pregunta por tratarse de un espacio diferente a un museo, y para conocer la percepción particular de las galerías locales.

5.5.5 Entrevista a Leonardo Noguez, por Dirección del futuro museo MACA de la Fundación Atchugarry

El quinto entrevistado para esta investigación fue el señor Leonardo Noguez, Director del futuro Museo de Arte Contemporáneo Americano (MACA) de la Fundación Atchugarry (ver 4.4.3), el día jueves 13 de mayo a las 12:00 hs de Uruguay, mediante la plataforma de Zoom, con una duración aproximada de 45 minutos. Una semana antes de la entrevista, la investigadora realizó una segunda visita a las instalaciones del futuro museo para ver los avances de la obra, pero por motivos de la pandemia por Covid-19 la entrevista se llevó a cabo de forma on-line desde la ciudad de Montevideo.

Si bien la Fundación Atchugarry funciona en el territorio desde hace varios años y ya es un referente de Punta del Este y Manantiales, se optó por entrevistar al director del museo MACA para conocer el perfil y las proyecciones a futuro de dicho espacio. Por lo tanto, se procedió a realizar la entrevista utilizando el “Formulario de entrevista 1” (ver anexo 10.2 Formulario de Entrevista 1) pero con la incorporación de una pregunta sobre la mirada a futuro e incidencia del nuevo espacio en construcción: “¿Cómo proyectan el impacto de este nuevo museo en las visitas de extranjeros y locales, tanto desde la oferta cultural como desde el ámbito turístico?”

Una vez finalizadas las entrevistas a los espacios y eventos de artes visuales seleccionados, y obtenida información sobre su funcionamiento y dinámicas, se procedió a entrevistar a espacios de fomento y gestión del turismo en el territorio.

5.5.6 Entrevista a Mariela Soldano, por Directiva de la Liga de Fomento de Punta del Este

Como primera entrevista a un espacio de gestión del turismo se estableció contacto con la Liga de Fomento Punta del Este, que atiende aspectos tanto de desarrollo local como del turismo y aspectos culturales, desde los años cuarenta, por lo que fue clave para aportar una mirada tanto histórica como actualizada del territorio. La representante de la Directiva entrevistada fue la señora Mariela Soldano, con quien se mantuvo una reunión virtual mediante la plataforma Zoom el día viernes 18 de junio a las 11:30 hs de Uruguay, desde la ciudad de Montevideo, con una duración aproximada de 1 hora y 15 minutos.

El primer contacto con la Liga fue mediante la navegación en su web oficial y contenidos en redes sociales y comunicación telefónica directa con la secretaría, desde donde se derivó hacia la figura de Soldano, mediante una respuesta muy rápida y eficiente.

En este caso, el modelo de guía de preguntas siguió un enfoque diferente al aplicado en el caso de los museos y espacios o eventos artísticos, por las propias características de la institución, aunque conservando la división temática ordenadora (Ver anexo 10.4 Formato de Entrevista 3)

5.5.7 Entrevista a Martín Laventure, por Dirección General de Turismo de Maldonado, Intendencia de Maldonado

Para contemplar la mirada institucional, política y departamental del estado de situación y relación arte-turismo, se contó con la realización de una entrevista al Director de la Dirección General de Turismo de la Intendencia Departamental de Maldonado, político y empresario, el señor Martín Laventure, quien fue además, el primer alcalde del Municipio de Punta del Este en el año de la conformación de este tipo de administración (2010-2015). La entrevista se llevó a cabo el día 12 de julio de 2021, mediante la plataforma Zoom desde la ciudad de Punta del Este y tuvo una duración aproximada de 35 minutos.

El contacto con Marín Laventure se realizó vía e-mail, inicialmente con la Dirección de Turismo de Maldonado, quienes elevaron la solicitud de entrevista a su Director, que aceptó de forma rápida concederla. La oportunidad de contar con esta entrevista fue muy valiosa a efectos de conocer la evolución histórica del destino en materia de turismo y su vínculo con la cultura desde diferentes enfoques. Laventure conoce el sector desde hace más de 35 años, trabajando desde diferentes roles y siendo partícipe y testigo de la evolución y cambios del destino, tanto desde el ámbito público como actual Director General de Turismo de Maldonado, rol que también ocupó entre 2002 y 2005, Director General de Deportes y Eventos (2015-2020), Alcalde de Punta del Este (2010-2015), como del sector privado como empresario y ex directivo de la Liga de Fomento de Punta del Este.

A nivel metodológico se optó por tener esta entrevista al final, luego de haber realizado y analizado las entrevistas efectuadas a los representantes de las instituciones artístico-culturales elegidas, de modo de poder aprovechar al máximo la instancia y formular el guion de preguntas en base a temas recurrentes que surgieron de las demás reuniones y con planteos en base a los desafíos destacados. En este caso, se aplicó un modelo de entrevista con preguntas desarrolladas en particular para la ocasión, pero manteniendo el mismo orden estructural del cuestionario. (Ver anexo 10.5 Formato de Entrevista 4)

5.6 Sistematización de datos recabados y forma de análisis

El audio de todas las entrevistas fue registrado con la previa solicitud de permiso a los entrevistados, que aceptaron en todos los casos sin inconvenientes. El mismo día de su realización fueron desgrabadas y analizadas en profundidad por la investigadora, recopilando pasajes de las mismas que sugirieran información significativa y hallazgos que aportaran luz a la investigación, además de datos e informaciones recurrentes presentes en dos o más entrevistas.

Por cuestiones de ética de confidencialidad y respeto hacia quienes brindaron su tiempo, conocimiento y percepciones como entrevistados, no toda la información provista por los informantes fue incluida en el desglose del análisis por la propia complejidad del tema en determinados aspectos, sino que únicamente aquellas partes que cuentan con el aval de los entrevistados para dicho cometido y que son relevantes para la investigación.

Los extractos de las entrevistas que se presentan en el análisis fueron previamente seleccionados de toda la transcripción como pasajes clave o relevantes para incluirlos en un análisis detallado y surgieron categorías de ordenamiento según temática, comunes a las siete entrevistas realizadas.

Luego de aplicada la metodología de investigación con las herramientas de la revisión de literatura en torno al turismo artístico y cultural y su relación con las artes visuales contemporáneas como marco teórico, las visitas personales a diferentes espacios artístico-culturales en el territorio seleccionado, la búsqueda de información sobre los mismos desde artículos de prensa, sitios web institucionales, y la realización de entrevistas semiestructuradas a agentes calificados, se procedió a efectuar su vaciado y explotación. Se establecieron interconexiones y triangulaciones que permitieran un análisis detallado y desglosado en categorías clave de contenidos y temáticas ordenadoras, directamente vinculadas con las categorías presentadas como marco teórico y los ejes de los cuestionarios guía como pauta de las entrevistas. A su vez, dentro de estas categorías, aparecen subtemas vinculados a tópicos críticos y recurrentes encontrados.

Estos temas se agrupan en relación a las siguientes áreas temáticas que aplican al caso de estudio pero pueden ampliarse como consideraciones en otros destinos de semejantes características: percepciones y relaciones entre el arte y el turismo como disciplinas en general en relación al desarrollo de los destino; características del turismo artístico-cultural desde las artes visuales contemporáneas en particular; tendencias y

desafíos futuros del turismo artístico-cultural en general y en particular en el caso de estudio propuesto.

5.7 Limitaciones

Cabe destacar que, a la hora de realizar la consulta bibliográfica, si bien se encontraron insumos con relativa facilidad en materia de arte contemporáneo y turismo por separado, al tratarse de una temática no tan desarrollada a nivel académico, no se encontró mucho material en referencia al turismo artístico. En muchos casos, la noción de “turismo artístico” o “*art-tourism*” solo aparecía mencionada o citada en estudios sobre turismo cultural sin dar mayores detalles. Si bien esto significó una limitante a la hora de hacerse con autores y materiales de referencia sobre el asunto, destaca la necesidad de investigaciones y publicaciones específicas al respecto.

La mayor limitante que se encontró a la hora de ejecutar el plan de entrevistas para recabar información fue el hecho de tener que realizarlas *on-line* debido a las restricciones por la pandemia por Covid-19. De todos modos, este formato permitió adelantar las fechas y ejecutar las reuniones desde la virtualidad y establecer conexión entre las ciudades de Girona, Montevideo y Punta del Este. Si bien la espontaneidad y la calidad del encuentro personal que brinda una instancia presencial se hace notar cuando se la debe sustituir por la virtualidad, también es cierto que en este último caso se eliminan varias distracciones y permite cierta ubicuidad y libertad horaria sobre el caso anterior.

En todos los casos, antes de iniciar la entrevista se les informó a los entrevistados los usos de la información a nivel académico y exclusivos para esta investigación y se les solicitó su consentimiento para registrar el audio y por motivos de ética de confidencialidad también se planteó por parte de la investigadora la opción de pausar la grabación cuando el entrevistado lo creyera pertinente. En todos los casos se respondió favorablemente sin inconvenientes. Únicamente en uno de los casos se solicitó por parte de la persona entrevistada cortar el audio en un momento y retomararlo luego de una declaración de opinión personal que sintió mejor no se registrara.

Para no sesgar la información a obtener, la parte entrevistada solo era informada muy brevemente acerca de la naturaleza y objetivos de la investigación antes de la entrevista, que sí se amplió una vez finalizado el encuentro formal. Para mantener la espontaneidad se prefirió no enviar el guion de preguntas por adelantado antes del encuentro de modo que se pudieran analizar también la gestualidad o las reacciones de sorpresa frente a los diversos tópicos y temas presentes en las preguntas. Únicamente en uno de los casos, la persona entrevistada solicitó por adelantado las preguntas alegando que lo prefería así de modo de poder prepararse mejor y poder consultar con el resto del equipo en caso de que existiera algún tema que desconociera o que le permitiera ampliar más su respuesta y así facilitar a la entrevistadora la información más completa posible.



6. Análisis

A continuación, se expone el análisis de los contenidos obtenidos dividido en tres ejes que aplican desde el caso de estudio seleccionado, pero que pueden hacerse extensivos al estudio de casos de similares características. Los ejes temáticos en que se divide esta sección son los siguientes:

6.1 Percepciones y relaciones entre la cultura, el arte y el turismo como disciplinas en relación al desarrollo de los destinos;

6.2 Características y retos actuales del turismo artístico-cultural vinculado a las artes visuales contemporáneas;

6.3 Tendencias y desafíos futuros del turismo artístico-cultural.

6.1 Percepciones y relaciones entre la cultura, el arte y el turismo como disciplinas en relación al desarrollo de los destinos

6.1.1 Mirada optimista pero incipiente

Uno de los primeros puntos a analizar es la percepción que tiene de sí mismo el sector artístico-cultural y si, a su interna, piensan activamente en su aporte al turismo. A su vez, se analiza si, desde el sector turístico, existe una percepción favorable de la importancia del turismo artístico-cultural.

Según resaltaron en las entrevistas brindadas para esta investigación desde la Liga de Fomento de Punta del Este y la Dirección General de Turismo de Maldonado, el vínculo entre la cultura y el turismo estuvo presente en Punta del Este desde hace varias décadas. Este vínculo se fue afianzando en unas áreas, como las artes visuales, a la vez que fue sufriendo mutaciones en otras. Desde los años 50, Punta del Este ya estaba posicionada como destino cultural en el mapa gracias a los festivales de cine, impulsados por el empresario Mauricio Litman, quien marcó un legado en ese sentido.

Otros hitos y acontecimientos remarcados por los entrevistados fueron la creación del Museo-taller Casapueblo de Carlos Páez Vilaró, que se convirtió en uno de los nodos más reconocibles de Punta Ballena y de Uruguay como destino, gracias a su reconocida silueta arquitectónica frente al mar. El Museo Ralli de Punta del Este es otro de los estándares de la cronología del destino desde el aporte cultural. La Liga de Fomento destacó también a la oferta teatral, de recitales y eventos promovida por el antiguo hotel Conrad (actual Enjoy) especialmente en la década de los 90. Además, destacó la expansión mantenida de los últimos 30 años del sector de las artes visuales, con la incorporación de galerías de arte, espacios culturales como el Centro Cultural Democrático, ZOCO, la Fundación Atchugarry y la creación de su nuevo museo para enero del 2022, el MACA. Según Mariela Soldano, directora de la Liga de Fomento, en la entrevista brindada para esta investigación:

Existe una conexión más profunda en ir a un destino a ver arte y en Punta del Este se fue dando una transmutación, un pasaje del arte del espectáculo a las artes visuales. En el mundo las artes visuales están cobrando más fuerza e incidencia en los destinos, de forma combinada con las arquitecturas arriesgadas e innovadoras de sus espacios. (Soldano, M., comunicación personal, 18 de junio de 2021)

Como destaca Martín Laventure desde la Dirección General del Turismo en la entrevista brindada:

Hablando de arte hay una riqueza histórica a nivel nacional de una calidad muy elevada y en Punta del Este, con la presencia de una sociedad culturalmente muy rica y de diversas procedencias, se genera una dinámica cultural muy particular, que opera además como atractivo turístico. (Laventure, M., comunicación personal, 12 de julio de 2021)

Todas las personas entrevistadas mostraron una actitud positiva a priori en relación a los vínculos entre arte y turismo, reconociendo que se dan sinergias de forma natural entre ambos sectores. En algunos casos existe una percepción alineada a los fundamentos teóricos que manejan autores citados en la revisión de literatura (ver apartado 2) tales como Pulido (2013) al mantener que los desplazamientos motivados por el arte desde el romanticismo dieron forma al turismo de hoy, o Franklin (2018) al hacer referencia a este tipo de viaje como expansión de las fronteras creativas. Por ejemplo, desde la dirección del Museo-taller Casapueblo sostienen que parte de la autenticidad de los destinos, es justamente ofrecer, tanto a locales como a turistas y visitantes, la esencia de la producción local, en todo sentido, y el arte constituye un aporte a la cultura, permitiendo el acercamiento directo con la sensibilidad de los creadores que viven o vivieron y crearon allí. Retomando las palabras de la Directora de Casapueblo, María Dezuliani, expresadas en la entrevista para esta investigación: “Es algo que los turistas buscan cuando viajan, ir a buscar algo puramente del lugar y no algo que se pueda encontrar en cualquier lado, la magia de lo único, de lo que se puede ver y apreciar solamente en ese lugar” (Dezuliani, M., comunicación personal, 5 de marzo de 2021).

En relación con el fuerte vínculo con la figura del artista Páez Vilaró que tiene Punta del Este, desde Casapueblo se destaca que, para la promoción cultural y artística a nivel internacional, el turismo opera como difusor del arte y los mensajes de los artistas hacia el mundo, por lo que es imprescindible que además de la divulgación artística a nivel del país se tenga a las figuras del arte nacional como parte de la oferta turística.

A su vez, en esta misma línea, desde el Museo Ralli, se reconoce y destaca la necesidad del vínculo arte-turismo desde ambos frentes. Según la responsable de Marketing y Comunicación del Museo Ralli de Punta del Este, Susana Charbonnier:

Por un lado, los turistas y visitantes visitan los lugares emblemáticos y puntos de interés destacados en la ciudades y destinos, y los museos de arte siempre están en

la agenda de quienes están dispuestos a conocer con ello nuevas culturas, vivir nuevas experiencias con el anhelo de descubrir cosas nuevas para admirar y apreciar. Por otra parte, los artistas, buscan ser apreciados y transmitir los mensajes de sus obras. De este modo, el desarrollo del turismo artístico ayuda a potenciar la unión de estas dos miradas en los espacios de arte y museos. Viajar tiene una implicación cultural; sin cultura no se explica el turismo. (Charbonnier, S., comunicación personal, 10 de marzo de 2021)

Esta idea se conecta con los planteos de LaPage (2001) en cuanto a que el arte y el turismo persiguen un mismo fin y que turistas y artistas presentan un paralelismo en las necesidades que buscan satisfacer (LaPage, 2001). Charbonnier destaca también que, si bien Punta del Este se ha caracterizado históricamente por ser un destino de sol y playa, más cerca en el tiempo otros atractivos son su punto fuerte, siendo, la oferta cultural una de las que ha ganado más fuerza y donde es notoria la incidencia del campo del arte contemporáneo.

Cada día más emprendimientos de este tipo, como espacios de arte contemporáneo a micro y macro escala, museos, galerías y ateliers cobran vida, y lo hacen para cubrir una demanda existente, lo que es un indicador de que el arte y el turismo son aliados y que se retroalimentan el uno al otro. (Charbonnier, S., comunicación personal, 10 de marzo de 2021)

Por su parte, desde la organización de la Feria Internacional de Arte ESTE ARTE, se reconoce que este tipo de evento opera de forma directamente relacionada con el turismo, puesto que muchos visitantes alargan sus estadías por motivos de las ferias de arte, que constituyen, además de su componente artístico-cultural, una actividad social y turística en sí misma. Además de quienes alargan sus estadías estando previamente en el destino, están quienes viajan expresamente con el fin de participar en la misma, como visitantes, coleccionistas, inversores o expositores. La directora de esta feria, Laura Bardier, sostuvo en la entrevista realizada para esta investigación que “el arte es en sí un atractivo turístico...viajamos a las capitales del arte a ver los grandes museos y obras icónicas, el arte conecta con los destinos” (Bardier, L., comunicación personal, 18 de marzo de 2021). Sobre este vínculo positivo arte-turismo, Bardier también destacó que la feria ha sido incluso un motor para la creación de nuevos públicos de turismo artístico ligado a las ferias internacionales que acontecen en diferentes partes del mundo. A la inversa, también están quienes descubren al destino por medio de las ferias como excusa primordial del viaje, como en el caso de los galeristas o críticos que se desplazan para participar de ESTE ARTE y terminan descubriendo Punta del Este, donde algunos incluso han invertido en inmuebles, negocios u otras formas de turismo.

La Fundación Atchugarry fue reconocida por los entrevistados como uno de los emprendimientos de mayor porte y alcance, junto a Casapueblo y el Museo Ralli, y por su crecimiento expandido. Tanto desde los agentes de la cultura como del turismo, se destaca el trabajo que están realizando con la construcción del Museo de Arte Contemporáneo

Americano, MACA, en Manantiales, y que la creación del mismo, con sus colecciones permanentes de arte americano y sus muestras itinerantes será además de un polo cultural, una atracción turística en sí misma. Desde la propia Fundación, en la entrevista realizada para esta investigación, se planteó la necesidad de que el espacio físico y arquitectónico aporte al proyecto cultural y se convierta en un nodo del turismo, como ícono reconocible o postal de la ciudad. En esta línea, el futuro director del MACA, Leonardo Noguez sostuvo que:

El Museo MACA llega en un momento de madurez de Punta del Este y sus alrededores como destino, que ya dejó de ser una ciudad balneario de temporada y que cada vez más gente la elige para vivir todo el año o para conocerla fuera de los meses estivales. Un museo le aporta identidad a una ciudad, es imposible entender las grandes ciudades sin considerar sus museos. Además de lo visual, cultural y turístico, un museo de arte tiene un impacto en el desarrollo social de la comunidad, el arte colabora para crear una sociedad más creativa y más humana, y de manera cíclica y circular, un lugar con una comunidad creativa e interesante es más atractivo de visitar. (Noguez, L., comunicación personal, 13 de mayo de 2021)

Esta postura se apareja con las ideas de Hughes (2000) al plantear que el arte representa lo mejor de la capacidad humana y eleva la calidad de vida de quienes lo experimentan, lo cual repercute en la captación de un turismo interesado en visitar ciudades y destinos ligados al arte (Hughes, 2000).

Si bien en general la percepción del vínculo arte-turismo es buena, aún hay puntos débiles o puntualizaciones que destacan que esta relación es muy incipiente y no hay todavía una conciencia definida sobre el derrame e impactos que el arte genera a nivel turístico ni del potencial en la asociación al turismo desde la elaboración de propuestas artístico-culturales que lo contemplen. Según destacan desde la organización de la Feria Internacional de Arte ESTE ARTE, en el caso de Punta del Este, a nivel de turismo artístico no se trata de grandes masas, pero sí de gran alcance monetario, lo que hace que esas visitas tengan un importante derrame económico del cual no hay plena conciencia o reconocimiento. Además de este aspecto a mejorar, actores como los responsables del espacio de arte ZOCO, mantienen que en Punta del Este, si bien existe una variedad interesante de propuestas artístico-culturales, aún resta consolidarse como un circuito para alcanzar el desarrollo que tienen otros sectores que al día de hoy se encuentran más afianzados como el hotelero o el gastronómico.

A nivel institucional, desde la Liga de Fomento de Punta del Este, que trabaja activamente tanto desde el ámbito turístico como el cultural, se reconoce que hay mucha gente que continúa pensando que el arte y el turismo son dos áreas desconectadas, y que justamente esos problemas de conexión entre las ofertas culturales y artísticas y las del sector turístico, son un factor que se interpone en el merecido reconocimiento del potencial del arte para captar turismo, y de este último para fomentar al primero.

Las propuestas culturales se tienen que pensar también para la gente que viene de afuera, pensar en grande, ampliar los públicos de las exposiciones, pensar en el

derrame que el arte deja a la interna del mundo del arte, pero también en la propia ciudad. La gente que viene a ver o comprar arte consume hotelería, gastronomía, también bares y playa. Genera un derrame económico importante y para considerarlo hay que mirar más allá del horizonte. (Soldano, M., comunicación personal, 18 de junio de 2021)

6.1.2 Sobre las políticas públicas culturales y de turismo

También se analiza en este apartado las percepciones de los entrevistados acerca de la aplicación de políticas públicas en torno a la cultura y el turismo. Según Hughes (2000), los vínculos entre cultura y turismo permiten a ambos sectores mayor capacidad de subsistencia y menos dependencia del apoyo estatal (Hughes, 2000). Siguiendo esta línea de pensamiento, desde espacios como ZOCO, se mantiene que el apoyo estatal podría favorecer a ambos sectores mediante la creación de políticas públicas que favorezcan y articulen esa simbiosis. Sostienen además que uno de los desafíos para la consolidación de mayores vínculos entre arte y turismo, está en la gestión y unificación desde lo político, en el sentido amplio del término, con políticas culturales y de turismo alineados con el fin de establecer los parámetros desde los cuales pensar a Punta del Este como un destino del turismo artístico-cultural.

Desde el ámbito político e institucional de Punta del Este, según Martín Laventure, entrevistado para esta investigación por su rol como Director General de Turismo de Maldonado, la clave está en mancomunar esfuerzos entre el sector público y privado y desde el ámbito público se debe apostar por políticas y estrategias para estar cerca de los emprendedores.

Si bien existe conciencia del derrame del sector cultural y artístico, se requiere un esfuerzo público-privado del sector de la cultura y del turismo para apoyar emprendimientos que generan no solo la difusión de nuestra cultura y que son receptores de la cultura de otros lugares que la gente también quiere conocer, pero también pensar en los puestos de trabajo que producen, que por lo general son muy calificados y de gente joven. Desde el sector público se debe fomentar en ese sentido e incentivar al sector privado a que haga aportes, con legislaciones como la Ley de Mecenazgo, ley en la que hay que profundizar. (Laventure, M., comunicación personal, 12 de julio de 2021)

La capacidad de la relación arte-turismo en la generación de empleos de calidad y sostenibles es una de las principales ventajas que reconoce el autor Hughes (2000) en su análisis de la misma.

6.2 Características y retos del turismo artístico-cultural desde los espacios y proyectos vinculados a las artes visuales contemporáneas en particular

En todas las entrevistas se destacó como factor común a la incidencia e importancia cada vez mayor del sector de las artes visuales contemporáneas en particular dentro del sector cultural en general. Uno de los principales motivos por los que se apuesta al arte contemporáneo en el destino es por una cuestión histórica, como destacan desde la Liga de Fomento resaltando que el objetivo artístico de la ciudad es en base a lo que se construye y no tanto en lo que hemos heredado a nivel de patrimonio artístico o cultural, como en el caso de aquellos países o áreas que tienen un rico patrimonio cultural e histórico y que reciben visitas por ello. Si bien Punta del Este cuenta con más de una docena de emprendimientos culturales vinculados con el arte contemporáneo, en varios casos se destacó que hay factores a mejorar en cuanto a la coordinación tanto entre los propios espacios como con el sector turístico. Por otra parte, otro de los temas críticos es la promoción y comunicación de estos espacios a nivel interno y externo. Además, varios agentes proponen mayor articulación para solventar estas dos falencias con la intención de terminar de consolidarse como un destino de turismo artístico-cultural.

6.2.1 Los retos de la promoción y la comunicación

Uno de los mayores desafíos que encuentran los agentes entrevistados es la comunicación de los eventos y propuestas vinculadas al arte contemporáneo. Sostienen que las propuestas logran llegar mediante los canales y redes propias al público que es habituado a su consumo, pero sienten que falta apostar a la comunicación hacia quienes no conocen los espacios, como los turistas o visitantes que desconocen la oferta cultural de Punta del Este. En este sentido, desde la Liga de Fomento sostienen que:

Hay que prestar más atención a la comunicación local versus la internacional, puesto que los turistas y nuevos residentes extranjeros consumen medios internacionales y no los locales. Esto hace que exista un agujero informativo que tiene que ser repensado. Se trata de un problema de estrategia comunicacional. Lo que se comunica en temporada, por ejemplo, no puede pasar solo por los medios locales. (Soldano, M., comunicación personal, 18 de junio de 2021)

Soldano destacó además que por lo general las instituciones hacen buena comunicación a la interna en sus sitios webs, y redes sociales, pero de ese modo informan de sus eventos y actividades a su público primario y secundario. Para alcanzar al público general y ampliar la cantidad de visitas y alcance, las grandes ciudades tienen un buen manejo de la comunicación en la vía pública, aspecto que en Punta del Este no es aprovechado, al menos desde el sector cultural y turístico.

Desde el Museo Ralli, por ejemplo, se destacó la alineación a nivel de planes de comunicación con los objetivos de los congresos internacionales de ICOM en tanto al *aggiornamento* de los espacios museísticos a la comunicación digital y el manejo de

comunicación *offline* y *online* de las propuestas. En todos los casos analizados se percibió un buen uso, en general, de las plataformas digitales de comunicación y difusión a nivel interno a cada institución, especialmente durante la Pandemia por Covid-19, manteniendo contenidos virtuales y una comunicación activa y periódica por las redes y medios digitales para no perder el interés de los visitantes.

A nivel de comunicación institucional, desde la Liga de Fomento también se resaltó que aún falta coordinación interinstitucional en la ciudad con la creación de una agenda compartida de actividades y que suele suceder que se superpongan actividades que apuntan a un mismo público. También se destacó que por la propia madurez del destino se está haciendo más evidente una transición hacia propuestas sectorizadas para diferentes públicos. Retomando las palabras de Soldano, por la Liga de Fomento:

Ahora está sucediendo que pueden acontecer eventos artísticos simultáneos, pero apuntando a diferentes nichos de público, es parte del crecimiento de la ciudad y madurez de sus propuestas. Antes los locales y visitantes podían ir a todos los eventos, ahora, con el crecimiento de la ciudad, se amplían las propuestas y se empieza a sectorizar por tipo de público, intereses, grupos de edad, por clusters actitudinales. Hay propuestas artísticas más conservadoras o tradicionales y más innovadoras o arriesgadas para elegir, y eso atrae a un público diferente, incluso a la interna del mundo del arte. (Soldano, M., comunicación personal, 18 de junio de 2021)

La debilidad de la coordinación a la hora de establecer una estrategia de comunicación también fue algo que se destacó desde la Dirección General de Turismo de Maldonado, aportando que debería mejorar la comunicación horizontal, a nivel público-público, pero también a nivel de las propias instituciones, con una comunicación conjunta de forma que el público sepa de las actividades disponibles y la información llegue a donde deba llegar.

6.2.2 Coordinación intra e intersectorial y articulación público-privada

Otro de los aspectos más destacados en referencia al conjunto de espacios de arte contemporáneo que operan en Punta del Este es que no aprovechan al máximo su capacidad de crear redes entre sí, lo que luego deriva en la falta de coordinación con otros sectores como es el turístico. Por ejemplo, según observación *in-situ* de la investigadora en los espacios en cuestión, no existe promoción cruzada entre los espacios y museos, como por ejemplo en museos de otros destinos artísticos en los cuales los visitantes pueden obtener entradas compartidas para recorrer varios museos o promociones especiales cuando se visita a más de uno.

A nivel de relación con la institucionalidad pública estatal, desde el Museo-taller Casapueblo se destacó la actuación del Ministerio de Educación y Cultura al proponer actividades que nuclean y congregan a los espacios culturales de modo que puedan presentar propuestas y fomentar la divulgación y número de visitas. Se refirió particularmente a un par de programas icónicos y que operan a nivel país: el Fin de Semana del Patrimonio y Museos

en la Noche. Ambos eventos cuentan con el apoyo del Estado y tienen una incidencia muy arraigada tanto en el público local como en los visitantes extranjeros y se celebran en octubre y diciembre respectivamente. A su vez, este espacio también puntualizó el apoyo del Ministerio de Relaciones Exteriores y su colaboración para lograr vínculos con embajadas y promocionar sus propuestas. También destacó al Ministerio de Turismo y la Dirección General de Turismo por dar a conocer al museo y taller del artista Carlos Páez Vilaró representando a Uruguay como destino en los *stands* de las ferias y presentaciones internacionales de turismo, además de tenerlo siempre presente y llevando a artistas de diferentes partes del mundo a conocerlo, o como sede de eventos institucionales.

De todos modos, aunque los espacios más grandes y consolidados ven una articulación público-privada más fuerte, desde los espacios y emprendimientos de menor escala o más recientes en el tiempo, se destacó que aún falta mucho trabajo en ese sentido. Como destacan autores como Origet du Cluzeau (2017) y Corti y Rosete (2012) hay una tendencia a nivel internacional de fomentar las articulaciones público-privadas en todos los niveles de emprendimientos artísticos para un beneficio mutuo de crecimiento y expansión cultural, de diversificación del destino, competitividad, y derrame económico en las administraciones.

6.3 Tendencias, y desafíos futuros del turismo artístico-cultural

A nivel general se percibe en todos los agentes entrevistados una sensación de optimismo y confianza en la consolidación del turismo artístico-cultural en Punta del Este con proyectos y emprendimientos que refuerzan esa tendencia de expansión que se viene dando naturalmente. Entre los principales desafíos a futuro que se plantearon está el conocimiento y formación de nuevos públicos, cómo llegarles y cómo atender sus necesidades desde el turismo y desde las propuestas artísticas. Por otro lado, surgieron reflexiones muy interesantes en cuanto al panorama que tendrá Punta del Este en particular, y los destinos que apuestan al turismo artístico-cultural en general, en relación a la situación de la Pandemia por Covid-19 y cómo se configurarán las estrategias en la etapa posterior a la misma.

6.3.1 Nuevos públicos y perfiles a atender

Como destacaron varios de los agentes entrevistados, además del público turístico y visitantes del destino, en los últimos años se está dando un incremento significativo de los nuevos residentes en la ciudad. Estos nuevos residentes eligen a Punta del Este para vivir todo el año, realizar sus estudios gracias al posicionamiento como ciudad universitaria, trabajar, disfrutar de su retiro laboral o formar sus familias. Se trata de personas con procedencias de otras ciudades del país, pero también de la región (principalmente argentinos y brasileros) y extrarregionales (norteamericanos y europeos). Esto hace que haya una demanda por productos culturales a los que estaban acostumbrados a consumir en sus ciudades de origen, lo que repercute en la necesidad de crear una oferta sostenida y variada para segmentos de público con necesidades artísticas y culturales particulares, según destacan desde la Liga de Fomento y la Dirección General de Turismo.

La forma de hacer turismo está cambiando y así los perfiles de los turistas y visitantes, como reafirma la Liga de Fomento, en el mundo cambió el tipo de vacaciones, antes la gente armaba sus valijas y pasaban los tres meses de verano en una misma ciudad, como en el caso de Punta del Este. Esto proveía de empleo a los sectores tradicionales durante la temporada, pero ahora, las vacaciones son por períodos más cortos y dinámicos, lo que cambia y reestructura el formato de ingresos económicos de los destinos, ya no hay una estacionalidad tan marcada y la oferta debe reconfigurarse y amoldarse a nuevas conformaciones sociales.

6.3.2 Necesidades y áreas a fortalecer

Una de las principales áreas a fortalecer mencionada es la conectividad, puesto que, como destacan varios de los informantes, para que se cree una dinámica de circuito entre los espacios, se debe poder acceder a ellos fácilmente con medios de transporte frecuentes y cercanos, especialmente para el público turístico como motivación de conocimiento y descubrimiento de los espacios. Desde la organización de la Feria Internacional ESTE ARTE, se destaca que, al ritmo que se mantiene el crecimiento de Punta del Este como ciudad de residencia todo el año, debe haber un crecimiento correlacionado de la infraestructura y sistemas viales de modo de evitar congestionamiento en la temporada de mayores visitas, para que mantenga su competitividad turística. Además, destaca que uno de los atractivos que hacen a los destinos de turismo artístico-cultural como Punta del Este es su escala humana. Sostiene que el público que consume arte y que frecuenta ferias internacionales demanda estándares de calidad que la ciudad anfitriona debe cumplir, no solo en lo artístico, sino que en los servicios relacionados: transporte, alojamiento, restauración. Si esto funciona bien, la ciudad gana a estos visitantes, que son influyentes, suman a su cuidado, invierten, la promocionan y luego vuelven, pero en el caso contrario, si la calidad baja por un crecimiento desmedido, el público que es asiduo al día de hoy, migrará hacia otros destinos debido a sus propias características.

En relación a la conectividad, uno de los factores reconocidos como punto a mejorar tanto por la Liga de Fomento como por la Dirección General de Turismo, es la conectividad aérea de Punta del Este. Si bien la ciudad cuenta con aeropuerto propio, lo cual es una gran ventaja, sostienen que se debería mejorar la frecuencia y precio de los vuelos, especialmente con la región, de modo que sea conveniente para los turistas utilizar ese medio para desplazarse y conectar más rápido con el destino y participar de los eventos artísticos puntuales de su interés.

Otro de los aspectos a observar para el mejor desarrollo del turismo artístico en Punta del Este es la consolidación de un circuito cultural ampliado, como destacan desde el espacio cultural ZOCO, si bien las artes visuales se han ido consolidando hasta alcanzar cierto posicionamiento en el destino, falta trabajar desde otras áreas para ampliar el horizonte de la oferta artística. Destacan, por ejemplo, la falta de consolidación de las artes escénicas, como el teatro o espectáculos de danza, que al día de hoy no existen como una oferta sostenida. El empoderamiento del sector ampliado, más allá del nicho en particular de las artes visuales, ayuda en el cruzamiento y expansión del público, puesto que, si un residente o turista viaja por una feria de arte, es esperable que sea afín a consumir un espectáculo artístico de otra

índole, y desde el sector hay que poder cubrir esa demanda, como señalan desde la organización de la Feria ESTE ARTE. Desde la dirección del futuro Museo MACA también se sostiene la importancia de crear sinergia con otras instituciones, en su caso no solamente a nivel del propio destino, sino que, para lograr posicionarse en el mapa de las grandes exhibiciones internacionales como destino artístico es indispensable tener un buen relacionamiento con los demás destinos y museos que apuntan a este objetivo y mancomunar esfuerzos.

Otro de los factores a trabajar, según entienden desde la Dirección General de Turismo, es:

Lograr entender y hacer entender desde otros ámbitos que cuando se habla de turismo y cuando se habla de arte y cultura, más allá del valor que tienen en sí mismos, también se habla de puestos de trabajo para mucha gente, sostenibilidad e ingreso de divisas para el destino y el país. Por ese motivo hay que defender y reconocer el valor de estos sectores a la hora de planear los presupuestos, fomentando las inversiones del Estado en esa línea, desde los diferentes niveles de gobierno. (Laventure, M., comunicación personal, 12 de julio de 2021)

6.3.3 Panorama postpandemia

Como destacan desde la organización de ESTE ARTE, el turismo vinculado al arte en el sentido más amplio, y al arte contemporáneo en particular, es un turismo que se ve menos afectado por las fluctuaciones del mercado en general. Si bien la pandemia ha dejado huellas en el turismo por el cierre de fronteras y dificultades para viajar, los espacios de arte han podido mantenerse, e incluso, como comentan desde las galerías, la venta de obras de arte no se frenó y en algunos casos fueron inversiones que aumentaron.

Desde la Dirección General de Turismo hay una mirada optimista de futuro, su director, Martín Lavature explicó que:

Luego de la Pandemia, mucha gente va a querer recuperar el tiempo perdido y vivir nuevas experiencias de acercamiento a la cultura y al arte de otros lugares o incluso el propio como turismo interno. Al menos en el corto plazo la región se va a mover en la región, por lo que Punta del Este tiene que prepararse para garantizar, ampliar y reforzar sus propuestas turísticas, siempre atendiendo a la seguridad. (Laventure, M., comunicación personal, 12 de julio de 2021)

También con una mirada optimista, desde la Liga de Fomento se planteó que, a raíz de esta situación global, la gente está optando por ciudades a escala humana tanto como residencia como para realizar turismo, por lo que Punta del Este puede favorecerse si es capaz de estar a la altura de esta potencial demanda con los cuidados necesarios. La oferta

de espacios artísticos vinculados al arte contemporáneo y las artes visuales en específico, se ha caracterizado por presentar propuestas seguras, sin mayores aglomeraciones, en espacios cuidados y amigables siendo esto una nueva motivación para este tipo de turismo. Punta del Este, en este sentido, es un buen ejemplo por combinar estos factores además de contar con una población y flujo de visitantes con mucho potencial como consumidores de productos artísticos.



7. Discusiones, futuras líneas de investigación y propuestas

La realización de esta investigación aportó una contemplación y análisis inédito desde diferentes puntos de vista acerca del turismo artístico-cultural y permitió un acercamiento crítico a planteos de los agentes involucrados tanto desde el arte y la cultura, como del sector turístico del caso analizado. Los hallazgos y planteamientos obtenidos permiten orientar nuevas investigaciones y propuestas desde la base de conocimiento adquirido a través de varios frentes con el fin de profundizar y contribuir con líneas de acción para desarrollar modelos que tengan más en cuenta al vínculo arte-turismo y al turismo artístico-cultural.

Por un lado, está la necesidad de que se fomente la investigación académica en diferentes áreas vinculadas al turismo artístico-cultural con foco en cuestiones específicas (7.1). Por otro lado, es necesario plantear propuestas en torno a la importancia de la comunicación eficiente de la oferta y actividades del turismo artístico-cultural (7.2). Otro punto destacable de discusión es la necesidad del fortalecimiento de la articulación a la interna del sector artístico-cultural para, una vez consolidado como circuito, reforzar los vínculos con las propuestas del ámbito turístico (7.3).

7.1 Nuevas líneas de investigación académicas

En primer lugar, en vista de las dificultades para conseguir materiales específicos y literatura sobre el turismo artístico, dentro de lo que es el turismo cultural, y a su vez, el impacto del arte contemporáneo en el sector, es necesario que se promueva la realización de más investigaciones, con agentes implicados pertenecientes a ambas esferas y disciplinas para alinear objetivos y prácticas en común. Existe variada literatura y artículos al respecto del arte contemporáneo dentro del mundo del arte y también mucho trabajo en publicaciones específicas sobre turismo. Para la integración de ambos sectores hace falta avanzar no solo desde la práctica con estrategias y políticas asociadas, sino que desde la teoría y la academia para poner el foco en su importancia e informar a las autoridades y referentes pertinentes al respecto con datos y estadísticas concretas. No se encontró, en este caso, ningún informe desglosado o visibilizando el impacto en cifras estadísticas del derrame económico del arte contemporáneo en el turismo, como sí los hay para otros sectores en el destino, como el turismo de compras o el enoturismo, por citar un par de ejemplos. Sin embargo, se entiende que esta incidencia no es fácil de medir en cifras, puesto que el arte y la cultura inciden tanto directa como indirectamente en las economías de los destinos, lo que dificulta su medición.

El turismo artístico debe tener mayor presencia en la literatura e investigaciones de corte científico y académico, así como otras formas de turismo y las tendencias en cuanto a futuras direcciones se relacionan con su distinción del turismo cultural para analizarlo más a detalle (Franklin, 2018). No solo debe analizarse el turismo artístico desde los estudios sobre turismo o sobre cultura, sino que desde el propio sector artístico se debe incluir esta actividad tanto como medidor de impactos como a la hora de programar las exhibiciones y eventos artísticos. Arte y cultura no son sinónimos y muchas veces ambos campos se contraponen o tienen lógicas que no siguen la misma línea, tal y como expresa Teixeira Coelho, director del Museo de Arte Contemporáneo de San Pablo (1998-2002) en su ensayo sobre las diferencias de estructura entre arte y cultura: *La cultura es la regla; el arte, la excepción* (Teixeira Coelho,

2009). Por este motivo, deberían realizarse más investigaciones desde el turismo artístico o de corte artístico-cultural en específico dentro de lo que es el turismo cultural en general.

A nivel de estudios de economía se está comenzando a analizar, aunque muy incipientemente, el vínculo entre el turismo artístico, la economía de la cultura y el desarrollo de las destinaciones (Franklin, 2018). Autores como Origet du Cluzeau (2017) van a la vanguardia de la elaboración de investigaciones sobre el arte contemporáneo y su incidencia en el turismo artístico, abriendo una nueva tendencia hacia el estudio de este campo en específico, separado de los análisis tradicionales del arte en general, ya que requiere de nuevas interpretaciones y consideraciones. Considero relevante y de utilidad que se realicen investigaciones académicas sobre los impactos y derrames económicos que tiene el turismo artístico-cultural en los destinos, contemplando una mirada estadística y que pudieran ser aplicadas a la hora de concientizar sobre la dimensión del desarrollo económico de estas disciplinas.

Una investigación enfocada en conocer y analizar estadísticamente los derrames e impactos económicos que produce el turismo artístico-cultural y que maneje por ejemplo cifras de empleos generados directamente en el sector cultural y del turismo e indirectamente en otros sectores, serviría como insumo a la hora de considerar la elaboración de los presupuestos públicos. Además, podría repercutir en una mayor concientización sobre su importancia para el desarrollo sostenible de los destinos. Por lo tanto, se sugiere el fomento hacia este tipo de investigación de enfoque interdisciplinario desde el sector artístico-cultural, el turístico y el económico.

Otra línea de investigación que se está volviendo tendencia y que debería incluirse en los estudios de caso como el presentado en este trabajo, es la de los impactos negativos que puede traer para las ciudades la mala gestión del turismo artístico y ciertos proyectos asociados con el arte contemporáneo como es la gentrificación y el consumismo desde una óptica comercial (Miles, 2013). En el caso del destino analizado, quizás por motivos de su escala, no surgieron mayores inquietudes acerca de esta temática en particular por parte de los agentes entrevistados. Sin embargo, como investigadora considero que sería importante avanzar en investigaciones que los contemplen o que analicen estudios comparativos con destinos que presenten estas problemáticas de modo de conocer cómo solventarlos en caso de que surgieran a futuro. Será interesante analizar la situación del destino en este sentido, inmediatamente después de la reapertura de fronteras para el turismo internacional programada por Presidencia para el 1 de noviembre de 2021.

A su vez, con el incremento y profesionalización de programas de residencias artísticas a nivel global, surgirán nuevas direcciones de investigación sobre la movilidad de los artistas como turistas, como el impacto de los proyectos artísticos y cómo devuelven sus aprendizajes y conocimientos adquiridos en los destinos en la sociedad receptora y en la propia (The Spur, 2018; Grodach, 2008). En el caso de la investigación realizada para este trabajo no se puntualizó en el desplazamiento de los artistas como turistas, por ejemplo, en programas de residencias artísticas, debido al recorte seleccionado por la investigadora para analizar y puesto a que por la Pandemia de Covid-19, no existen actualmente este tipo de programas activos en Uruguay. Sin embargo, una vez que la movilidad vuelva a la normalidad, Punta del Este podría posicionarse como un polo de atracción para este tipo de viajes, por lo que se recomienda profundizar en ello.

Además, como otra nueva dirección de investigación, aparece el análisis de los públicos que consumen arte contemporáneo en sus viajes como público emergente, nuevos clientes de los destinos y potenciales repetidores (Origet du Cluzeau. 2017), y el flujo de visitantes que recorren las exhibiciones artísticas temporales (Di Lascio et al., 2011) como brecha que aún no ha sido investigada en profundidad. Otro tema que plantea un desafío para nuevas líneas de investigación en relación al arte contemporáneo y el turismo artístico es el vinculado a los nuevos espacios del turismo cultural (Mokras- Grabowska, 2015). Una vez que esté en funcionamiento el futuro Museo MACA de la Fundación Atchugarry en enero de 2022, se estima que habrá una mayor circulación de este tipo de público, por lo que sería interesante plantear una investigación a futuro, con una distancia temporal que permita su análisis, de modo de conocer su incidencia en el sector.

7.2 Propuestas en torno a la comunicación

La importancia de la comunicación demostró ser una preocupación muy marcada cuando se habla de turismo artístico-cultural. Por este motivo, se propone discutir sobre nuevas líneas de acción y futuros proyectos de modo de conocer y planificar estrategias y necesidades a nivel de comunicación de actividades artísticas y culturales para llegar a los turistas y visitantes extranjeros.

Puesto que la modalidad de pautar en espacios y medios locales no rinde efecto a la hora de encontrar al público externo, una vía posible es reforzar los vínculos con la prensa internacional o apuntar a un manejo adecuado del espacio público de la ciudad. Mediante estrategias de pautas tradicionales como la cartelería, siguiendo un cuidado lineamiento estético, o con formas más novedosas y atractivas, como intervenciones artísticas en los espacios frecuentados por los turistas y visitantes. Esta comunicación debe ser, además, articulada entre los agentes que componen al sector del arte contemporáneo, de modo que, nucleados con una voz común conseguirán mejores alianzas con otros sectores como el turístico.

A su vez desde la comunicación pautada por el sector turístico debe hacerse mayor hincapié en el reconocimiento de las ofertas artístico-culturales para ser capaces de diversificar las propuestas y acompasar la evolución y madurez del destino que tiene que satisfacer nuevas demandas para continuar reinventándose y expandiéndose. Por ejemplo, se propone hacer más visible la oferta artístico-cultural en las campañas promocionales y spots publicitarios de Punta del Este como destino turístico.

Una propuesta interesante para mejorar la comunicación de las actividades y ofertas del turismo artístico-cultural es hacer un estudio comparativo con destinos a nivel global más consolidados en este sentido, de modo de conocer estrategias de comunicación y posicionamiento exitosas para aplicar en la propia realidad del destino.

7.3 Propuestas de articulación

La articulación público-privada y a nivel de las administraciones demostró ser otro de los factores destacables. Por un lado, las administraciones deben fomentar la participación y apoyo privado con legislaciones que beneficien a ambas partes y por otro lado, desde el ámbito estatal se debe reconocer más fuertemente la importancia del turismo artístico-cultural en el desarrollo no solo estético, cultural y sensible de su ciudadanía, sino que como atractivo para atraer visitantes extranjeros que además de su aporte cultural ingresan divisas, ayudan a mover la economía local, fomentando la creación de puestos de empleo de calidad y sostenibles. El público turístico que consume arte es un público que fomenta el cuidado y las mejoras de los destinos, demandando calidad, invirtiendo en su desarrollo y derramando capitales importantes hacia otros sectores. El arte y el turismo generan una dinámica laboral destacable y si actúan en concordancia se potencian mutuamente.

Una forma interesante de articulación público-privada sería el fomento de la Ley de Mecenazgo por parte de la Administración de modo que, con apoyo logístico público, el sector privado invierta en el desarrollo de proyectos e iniciativas artístico-culturales que, a su vez, incidirán en el turismo y economía local.

Por último, a nivel de articulación interinstitucional, se destaca la necesidad de generar agendas comunes de actividades hacia la interna del sector artístico como sistema integrado y coordinado, pero también en sintonía con otras manifestaciones del turismo, como programas y paquetes turísticos que permitan un cruzamiento y expansión del público con intereses semejantes. De este modo, el sector artístico estaría más integrado con la oferta turística y desde el turismo se podría contar con nuevas propuestas para mantener al destino en un activo crecimiento e innovación.

A la interna del propio sector artístico vinculado a las artes visuales contemporáneas la articulación podría reforzarse mediante la aplicación de programas compartidos o estrategias de posicionamiento como circuito. En este sentido se propone la aplicación de promociones cruzadas entre los espacios de modo que cuando los visitantes acceden a una institución o evento puedan informarse sobre otros emprendimientos similares. Este tipo de estrategia ayudaría a consolidar circuitos permitiendo el crecimiento de los nuevos espacios y la actualización y dinamismo de los más afianzados.

No solo debería reforzarse el circuito de espacios de artes visuales contemporáneas como tal, sino que todo el sector se beneficiaría con la expansión de propuestas artísticas pertenecientes a otras disciplinas. De esta forma, con el apoyo a emprendimientos culturales como salas de música o teatros que actualmente no destacan en el territorio estudiado, se podría aumentar la expansión y creación de públicos entre las diferentes disciplinas favoreciendo al conjunto.

En lo referente a la articulación entre otras áreas que hacen a los destinos como es el transporte y sistemas viales, se debería trabajar en una mayor articulación entre las conectividades y las propuestas del turismo artístico-cultural. En relación al caso de Punta del Este, es necesario que se trabaje de forma mancomunada con el Ministerio de Transporte y Obras Públicas para generar mayores dinámicas y conectividades entre las diferentes

propuestas y localidades, como generar rutas frecuentes entre el centro de Punta del Este y Manantiales o Punta Ballena con líneas de transporte público para la consolidación de los circuitos y su mayor accesibilidad.

En el caso de Punta del Este, la materia prima necesaria para consolidarse como un destino del turismo artístico-cultural está dada, y es, por un lado, una buena calidad de servicios e infraestructura turística, y por otro lado, una masa crítica de emprendimientos artísticos específicos, ligados al arte contemporáneo, bien consolidada, con grandes proyectos activos y nuevos por inaugurarse, con ofertas que van desde la micro hasta la macro escala. Con estas condiciones favorables es solo cuestión de alinear estrategias y esfuerzos para que, tanto el destino seleccionado como caso de estudio, como aquellos otros que compartan sus características, se convierta en un polo del turismo artístico a nivel regional y global. Las propuestas y nuevas líneas de investigación introducidas en este apartado apuntan hacia la concreción de este objetivo.



8. Conclusiones

La realización de esta investigación para el Trabajo Final de Máster significó un gran aprendizaje y brindó importantes hallazgos en el proceso que contribuyeron a un enriquecimiento tanto personal como profesional. Transitar este camino ha significado la incorporación de valiosas herramientas que me permitirán contribuir al desarrollo tanto del turismo artístico-cultural como al sector de las artes visuales contemporáneas que constituyen mi área de interés y actuación como artista visual, gestora cultural y maestranda en turismo cultural. Además, me permitió hacer un sondeo, estudio detallado y reconocimiento del territorio de Punta del Este, ciudad que elegí para vivir y emprender actualmente en el ámbito de las artes visuales contemporáneas y el turismo artístico-cultural.

Se partió de una base de preguntas de investigación que se fueron develando y hallaron respuesta en el desarrollo de este trabajo, en algunos casos sosteniendo las hipótesis iniciales y en otros refutándolas. A nivel de los objetivos, se pudo cumplir con los tres objetivos específicos planteados. La circulación y divulgación de los hallazgos alcanzados en las esferas de los agentes implicados desde uno y otro sector, pretende contribuir a la concientización colectiva de la importancia y relevancia de esta temática en relación al desarrollo sostenible del destino.

En síntesis, los principales hallazgos a los que se arribó son los siguientes:

- Por un lado, se concluye que la percepción de la importancia de los vínculos entre arte y turismo es considerable y favorable pero aún hay elementos a reforzar como la articulación a nivel inter e intrainstitucional, los vínculos y estrategias público-privadas, la comunicación intersectorial y la concientización del derrame del turismo artístico-cultural para el desarrollo económico y social del destino en cuestión.
- Por otro lado, en cuanto a las principales líneas de acción están la consolidación de los espacios de las artes visuales contemporáneas como un circuito interconectado para la circulación y mayor aprovechamiento de los vínculos con el sector turístico.
- En otro orden, Punta del Este se perfila con elevado potencial para su consolidación como destino del turismo artístico-cultural por la cantidad y calidad de sus propuestas, además de un crecimiento sostenido de estos emprendimientos desde hace varias décadas. Existe también un panorama favorable a nivel sociodemográfico que aporta nuevos residentes con demandas culturales importantes, lo que crea nuevos públicos y genera la necesidad de una oferta desestacionalizada, lo que a su vez promueve el turismo y las visitas más allá de los meses estivales. En relación a las proyecciones post Pandemia por Covid-19, destinos que comparten las características del caso de estudio, tienen una oportunidad de captar nuevos públicos por la seguridad y confianza que representan las propuestas artístico-culturales.

Este documento pretende ser una herramienta de utilidad y alcance para contribuir a reforzar las alianzas estratégicas entre el sector de las artes visuales contemporáneas y el turístico mediante su divulgación y la posibilidad de aplicación de algunas de las propuestas planteadas. Cabe destacar que todos los involucrados durante el proceso solicitaron se les compartieran los principales hallazgos obtenidos en esta investigación de modo de poder conocer los resultados y el estado de situación además de las sugerencias y líneas de acción propuestas, de modo de poder aplicarlos y utilizarlos a la interna de las propias instituciones y dentro del sector ampliado.

Dentro de las limitantes a la hora de la elaboración y proceso de esta investigación se encontraron las restricciones en la movilidad y protocolos por la Pandemia por covid-19 que forzaron al cierre temporal de algunos de los espacios, la suspensión de actividades presenciales o dificultades institucionales debido a la crisis actual. Esto incidió particularmente a la hora de trazar la estrategia de aplicación de las entrevistas a los informantes y visitas a las instituciones. En este sentido, se hubiera querido incluir entrevistas a otros actores, como por ejemplo desde la órbita de la Administración Nacional a nivel del Ministerio de Turismo del Poder Ejecutivo o realizar visitas a más galerías de arte, que al momento no estaban funcionando desde la presencialidad. De todos modos, se pudo conseguir una muestra considerable y satisfactoria de miradas y enfoques desde los dos sectores de interés, el artístico-cultural y el turístico, para el caso de estudio. En futuras líneas de investigación, una vez superada la pandemia por Covid-19, se espera poder emplear más técnicas desde la presencialidad. Otra limitante al inicio del proceso fue la escasez de recursos bibliográficos sobre el turismo artístico y datos estadísticos del mismo en el territorio escogido.

En suma, se trató de un proceso que como investigadora pude aprovechar y que me trajo varias satisfacciones con resultados que espero aplicar y seguir profundizando además de colectivizar a nivel académico y profesional con el fin de contribuir al fortalecimiento de los vínculos entre el arte, la cultura y el turismo en el desarrollo del turismo artístico-cultural.

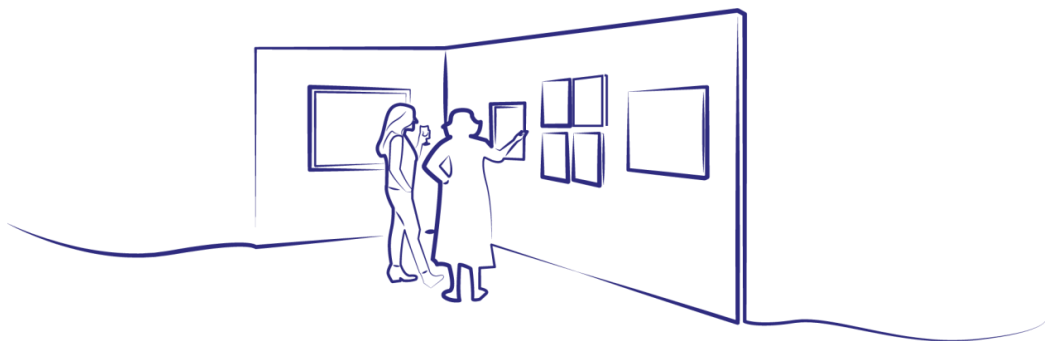
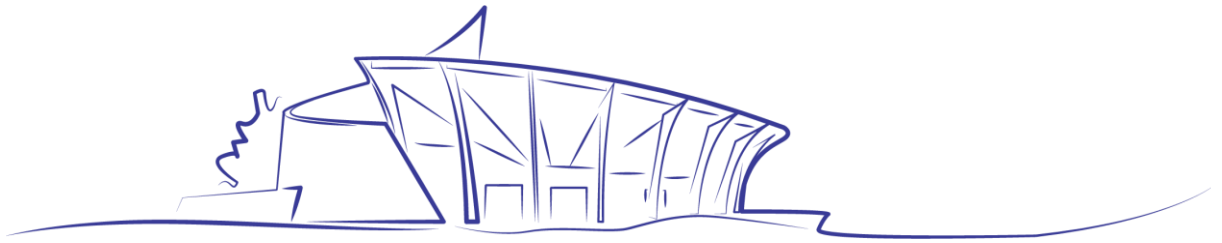
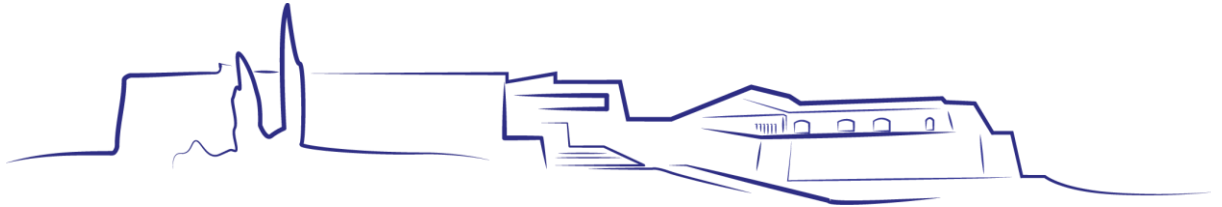


9. Bibliografía

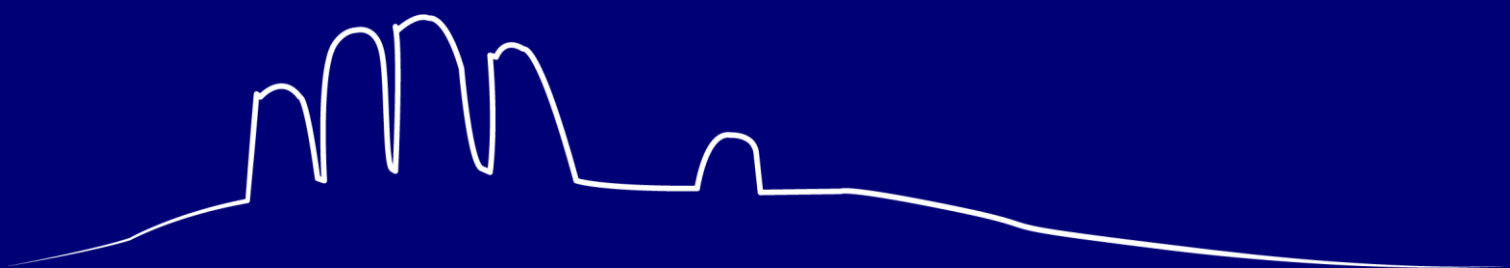
- Aguirre, I. (2010). *Cultura visual, política da estética e educação emancipadora*, en R. Martins y I. Tourinho. *Educação da Cultura Visual*. (pp. 69-111) Editora UFSM
- Checa-Gismero, P. (2018) Global Contemporary Art Tourism: Engaging with Cuban Authenticity Through the Bienal de La Habana. *Tourism Planning & Development*, 15:3, 313-328, <https://doi.org/10.1080/21568316.2017.1399435>
- Corti, C. y Rosete, D. (2012). *Turismo cultural: la Bienal de Salto, Anais del VII Seminário de pesquisa em Turismo Cultural do Mercosur, Rio Grande do Sul, Brasil*. [Archivo PDF]. https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/turismo_cultural_la_bienal_de_salto.pdf
- Di Lascio, F. M. L., Giannerini, S., Scorcu, A., Candela, G. (2011). *Cultural tourism and temporary art exhibitions in Italy: a panel data analysis. Statistical Methods and Applications*. 20. 519-542. 10.1007/s10260-011-0175-y
- Feria Internacional de Arte ESTE ARTE. Recuperado el 3 de junio de 2021 de <https://www.estearte.com/>
- Franklin, A. (2018). Art tourism: A new field for tourist studies. *Tourist Studies*, 18(4), 399–416. <https://doi.org/10.1177/1468797618815025>
- Fundación Atchugarry. Recuperado el 10 de julio de 2021 de <http://www.fundacionpabloatchugarry.org/es/home>
- Giménez, C., Vacas, T. (2011). Las exposiciones temporales y el turismo cultural. Periférica Internacional. *Revista Para El análisis De La Cultura Y El Territorio*, 1(8), 63-87. <https://revistas.uca.es/index.php/periferica/article/view/1101>
- Grodach, C. (2008) Looking Beyond Image and Tourism: The Role of Flagship Cultural Projects in Local Arts Development. *Planning Practice & Research*, 23:4, 495-516 <https://doi.org/10.1080/02697450802522806>
- Groys, B. (2016) *Volverse público: las transformaciones del arte en el ágora contemporánea*. Caja Negra Editora.
- Hughes, H. (2000) *Arts, entertainment and tourism*. Butterworth Heinemann.
- Intendencia de Maldonado. Dirección General de Turismo. Recuperado el 10 de julio de 2021 de <http://www.maldonado.gub.uy/?mm=Turismo>
- LaPage, W. (2001). Article Commentary: Artists Tourists Mand the Elusive Sublime: The Artist as Tourist, Interpreter, and Promoter of Tourism. *Journal of Interpretation Research* 6(1), 49–54. <https://doi.org/10.1177/109258720100600104>
- Liga de Punta del Este. Fomento y Turismo. Recuperado el 10 de julio de 2021 de <https://www.ligapuntadeleste.com.uy/>
- López-Lage, F. (2018) *El Color Pharmakon. Una mirada desde la práctica artística*. Estuario Editora

- Miles, M. (2013). *Art and Culture: The Global Turn*, pp. 19–38 in Grierson and Sharp (eds) *Re-Imagining the City*. University of Chicago Press.
- Millet, C. (2008). *L'art contemporain Histoire & Géographie*. Champsarts.
- Millet, C. (2018). *El arte contemporáneo*. La Marca Editora
- Ministerio de Turismo de Uruguay (s.f.) <https://www.gub.uy/ministerio-turismo/>
- Mokras-Grabowska, J. (2015). Art-tourism space in Łódź: the example of the Urban Forms Gallery. *Turyzm/Tourism*, 24(2), 23-30. <https://doi.org/10.2478/tour-2014-0013>
- Museo Ralli de Punta del Este. Recuperado el 5 de febrero de 2021 de <https://www.museoralli.com.uy/web/index.html>
- Museo-taller Casapueblo. Recuperado el 5 de febrero de 2021 de <http://casapueblo.com.uy/>
- Origet du Cluzeau, C. (2013). *Le tourisme culturel. Dynamique et prospective d'une passion durable*. Louvain la Neuve: Ed De Boeck.
- Origet du Cluzeau, C. (2017): Tourism and contemporary arts: a particular case in Cultural Tourism. *Methaodos revista de ciencias sociales*, 5(1): 21-37. <http://dx.doi.org/10.17502/m.rcs.v5i1.153>
- Perera, P. (2019). Urban Art scene in Madrid: How can contemporary art be used for tourism? *Enlightening Tourism: a Pathmaking Journal* Volume: 9 Issue 1 ISSN: 2174-548X
- Prentice, R. (2001): *Experiential Cultural Tourism*. Queen Margaret College.
- Pulido J.(coord.) (2013), *Turismo cultural*. Editorial Síntesis
- Rakic, T., Lester, J. (2016). *Travel, Tourism and Art*. Routledge
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>
- Richards, G & van der Ark, A. (2013). Dimensions of cultural consumption among tourists: Multiple correspondence analysis. *Tourism Management*, 37. 71–76. 10.1016/j.tourman.2013.01.007.
- Stylianou-Lambert, T. (2010). Gazing from home: Cultural Tourism and art museums. *Annals of Tourism Research*, Vol. 38, No. 2, pp. 403–421, 2011 0160-7383 Cyprus University of Technology, Cyprus <https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.09.001>
- Teixeira Coelho, J. (2009). *Diccionario crítico de política cultural: cultura e imaginario*. Gedisa
- The Spur (2018). *Manual de buenas prácticas para programas de artistas en residencia*. [Archivo PDF]. <http://www.thespur.eu/resources-bank/#artists-residences>
- World Tourism Organization (2018). *Tourism and Culture Synergies*, UNWTO, <https://doi.org/10.18111/9789284418978>





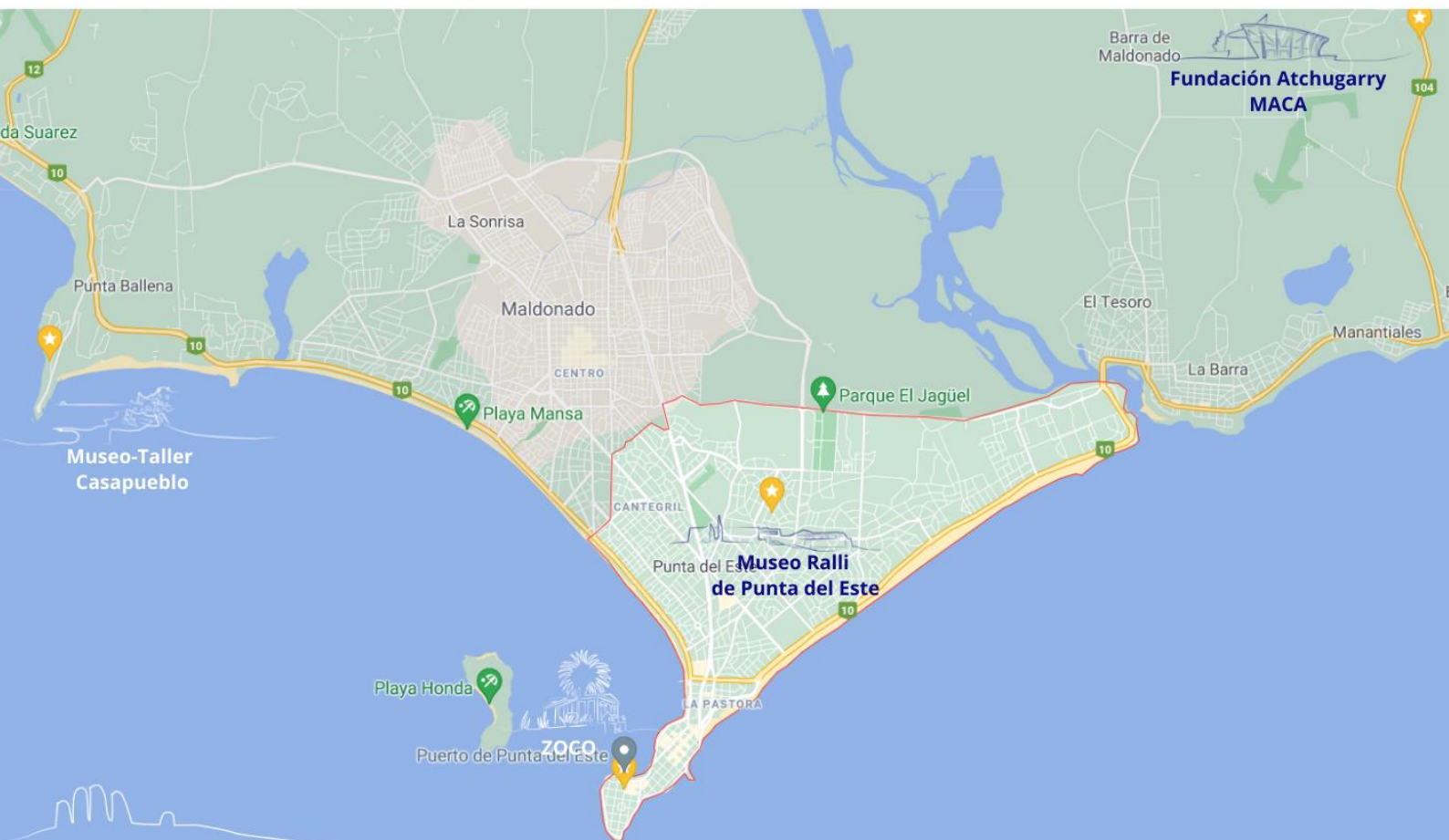
10. ANEXOS



10.1 Fichas de Presentación

Punta del Este y alrededores

(Manantiales, Punta Ballena, La Barra),
Maldonado, Uruguay



Punta del Este

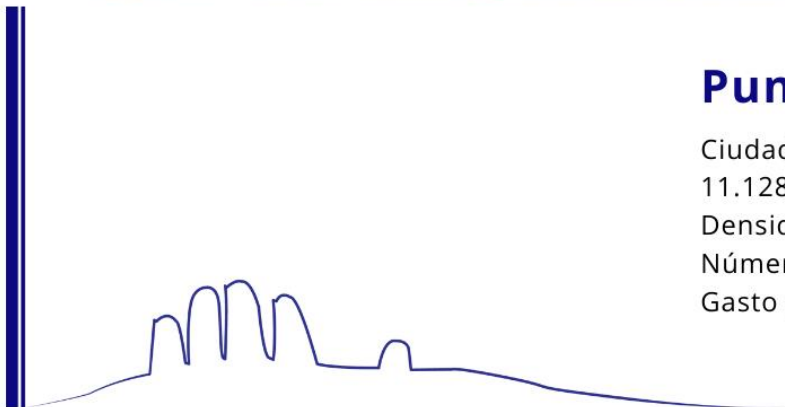
Ciudad peninsular al este de la República Oriental del Uruguay

11.128 habitantes en el Municipio

Densidad de la población: 510,7 hab/km²

Número de visitantes 584.251 anual (2019)

Gasto promedio anual por turismo: U\$S 672.115.467

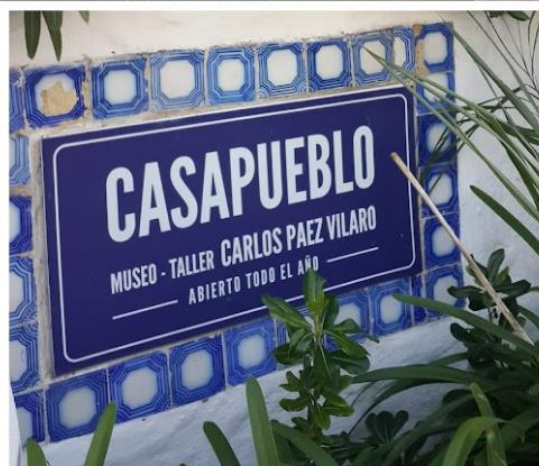




Museo-Taller de Casapueblo



Casapueblo
CLUB HOTEL



Museo-Taller Casapueblo

Ubicación: Ruta Panorámica, 20003 Punta Ballena, Maldonado

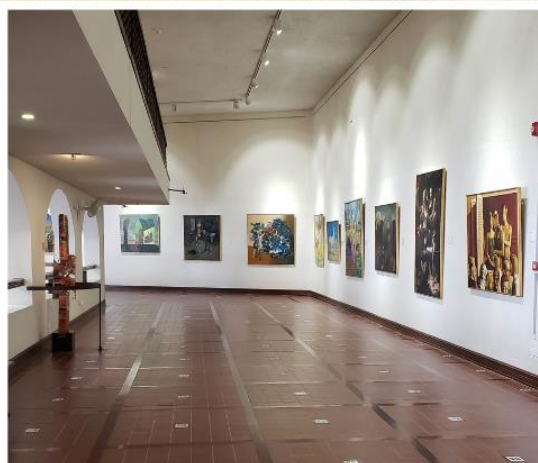
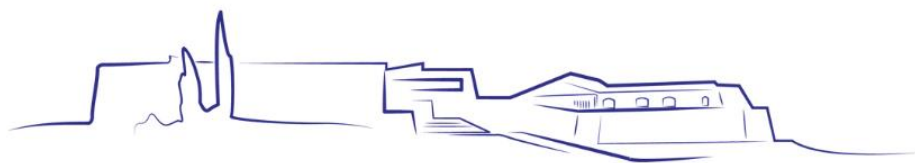
Sitio web: <https://www.http://casapueblo.com.uy>

Inicio de la construcción en 1958

Taller del artista uruguayo Carlos Páez Vilaró, museo, tienda, restaurante y hotel

Museo Ralli

PUNTA DEL ESTE | 1988 -2021



Museo Ralli de Punta del Este

Ubicación: Los Arrayanes, 20100 Punta del Este, Maldonado

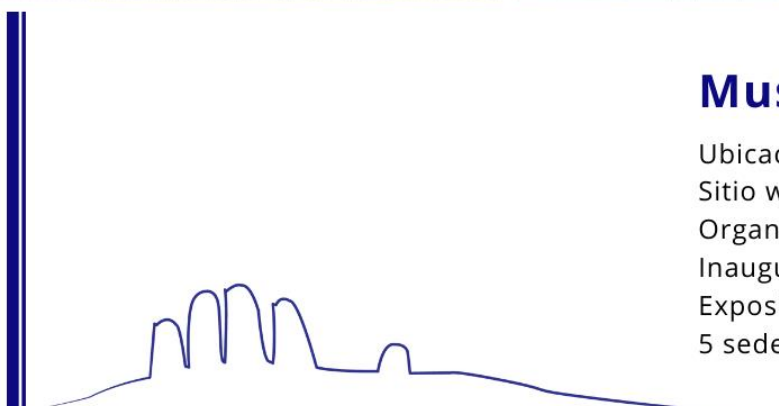
Sitio web: <https://www.museoralli.com.uy>

Organización de carácter privado sin fines de lucro

Inaugurado en 1988

Exposiciones de arte, actividades culturales, talleres

5 sedes en diferentes países





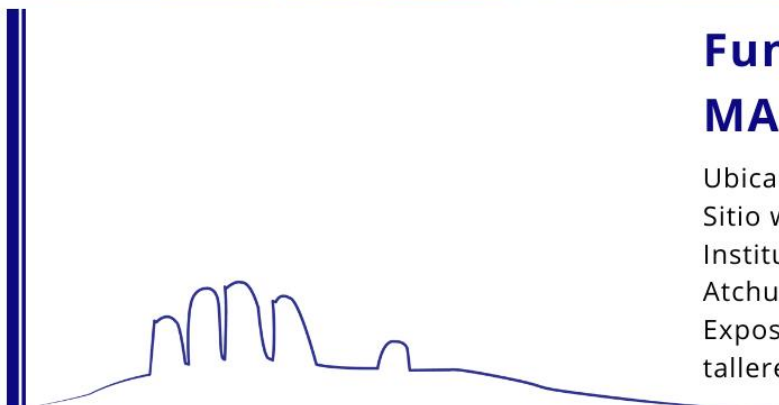
Fundación Atchugarry y futuro MACA

Ubicación: Ruta 104 Km. 4,500, 20005, Maldonado

Sitio web: <http://www.fundacionpabloatchugarry.org>

Institución sin fines de lucro, obra del escultor Pablo Atchugarry inaugurada en el 2007

Exposiciones y eventos artísticos, actividades culturales, talleres, presentaciones





Espacio de Arte ZOCO

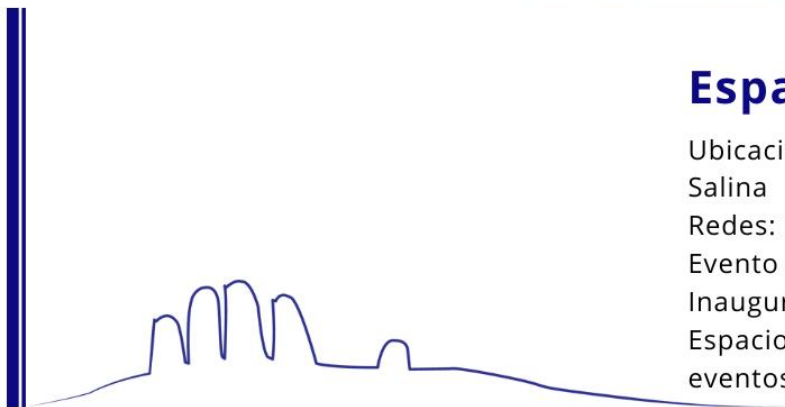
Ubicación: península de Punta del Este, calle 2 de Febrero y La Salina

Redes: Instagram: @zoco_punta; Facebook: @zocopuntadeleste

Evento de 4 días en el mes enero, 6 ediciones

Inaugurada en 2019

Espacio de arte, galería, cursos de arte contemporáneo, eventos culturales





Feria internacional de arte ESTE ARTE

Ubicación: centro de Convenciones y Exhibiciones de Punta del Este
Sitio web: <http://www.estearte.com>

Evento de 4 días en el mes enero, 6 ediciones

Inaugurada en 2014

Feria de arte contemporáneo y moderno, eventos, conferencias, presentaciones



10.2 Formato de entrevista 1

INTRODUCCIÓN:

1. *Presentación personal de la entrevistada y la institución que representa. ¿Cómo defines a (institución) y cómo ves la relación entre turismo y cultura/arte, en general?*

SOBRE LA GESTIÓN DEL ESPACIO:

2. *¿Cómo influye (institución) en Punta del Este y en Uruguay como destinos para uruguayos y extranjeros?*
3. *¿Trabajan con otros proyectos vinculados a las artes visuales a nivel regional en Punta del Este (en red) o a nivel país en circuitos con talleres de artistas, galerías y museos?*
4. *¿Cómo se gestiona la comunicación a nivel internacional? ¿Lo hacen solos como institución privada o trabajan en conjunto con otra institución (como por ejemplo el Ministerio de Turismo, el Ministerio de Educación y Cultura o el Ministerio de Relaciones Exteriores)?*

SOBRE PÚBLICOS:

5. *¿Cómo describirían al público que los visita? (conocedores de arte, artistas, curiosos)*
6. *¿Qué números de visitas manejan por temporada, en condiciones normales? ¿y durante la pandemia? ¿Hacen lecturas de cuántos de esos visitantes llegan con la intención premeditada de visitar el espacio y qué proporción se entera de su existencia una vez en el destino?*
7. *¿Cómo son las visitas por regiones de procedencia en las diferentes épocas del año?*

PROYECCIONES:

8. *¿Cómo perciben la evolución del turismo en Punta del Este y la relación con las artes visuales con el paso de los años (más allá de la situación provocada por la pandemia)?*
9. *¿Cuáles crees que son los retos y desafíos desde el espacio en general y también considerando la situación actual a nivel global?*
10. *¿Hay algún otro aspecto que te gustaría comentar sobre la relación entre el arte y el turismo en Punta del Este o sugerencia que quisieras hacer?*

10.3 Formato de entrevista 2

INTRODUCCIÓN:

1. *Presentación personal de la entrevistada y del evento que representa. ¿Cómo defines ESTE ARTE y cómo ves la relación entre turismo y cultura/arte, en general?*

SOBRE LA GESTIÓN DE LA FERIA:

2. *¿Qué impactos y desafíos significó la realización de una feria de arte Contemporáneo en Punta del Este? ¿Qué agentes trabajaron desde el comienzo y cuáles se fueron sumando?*
3. *¿Cómo influye ESTE ARTE en Punta del Este y en Uruguay como destinos turístico (turismo artístico) para uruguayos y extranjeros? y ¿Cómo perciben la evolución del turismo en la zona y la relación con las artes visuales, más allá de la situación provocada por la pandemia?*
4. *¿Trabajan con otros proyectos vinculados a las artes visuales a nivel regional en Punta del Este (en red) o a nivel país en circuitos con talleres de artistas, galerías y museos?*
5. *¿Cómo se gestiona la comunicación a nivel internacional? ¿Lo hacen solos como institución privada o trabajan en conjunto con otra institución (como por ejemplo el Ministerio de Turismo, el Ministerio de Educación y Cultura o el Ministerio de Relaciones Exteriores)*

SOBRE PÚBLICOS:

6. *¿Cómo describirían al público que los visita? (conocedores de arte, artistas, curiosos)*
7. *¿Qué números de visitas manejan por edición?*
8. *¿Cómo son las visitas por regiones de procedencia?*

PROYECCIONES:

9. *¿Cómo perciben la evolución del turismo en Punta del Este y la relación con las artes visuales con el paso de los años (más allá de la situación provocada por la pandemia, políticas)?*
10. *¿Cuáles crees que son los retos y desafíos desde la Feria en general y también considerando la situación actual a nivel global?*
11. *¿Hay algún otro aspecto que te gustaría comentar sobre la relación entre el arte y el turismo en Punta del Este o sugerencia que quisieras hacer?*

10.4 Formato de entrevista 3

INTRODUCCIÓN:

1. *Presentación personal de la entrevistada y la institución que representa (Liga de Punta del Este, Fomento y turismo). ¿Cómo la defines y cuál es su rol en ella? y ¿Cómo ve la relación entre turismo y cultura/arte, en general?*

SOBRE ASPECTOS HISTÓRICOS Y ACTUALES de las propuestas culturales

2. *Siendo una organización independiente y que funciona en el territorio desde los años 40:*
 - aspectos e hitos clave en la evolución histórica del destino en cuanto al turismo cultural (cultura en general y artes visuales contemporáneas en particular)
3. *parte de la misión de la LIGA es fomentar el diálogo entre las instituciones. En el caso de los espacios y actividades vinculadas al arte contemporáneo: ¿cómo es ese diálogo y sinergia? Existen agendas compartidas, comunicación sectorial, intercambios, propuestas en conjunto, etc?*
4. *¿Cómo son las conexiones entre las propuestas culturales y las turísticas? ¿A qué público apuntan uno y el otro?*
5. *¿Cómo se gestiona la comunicación a nivel internacional de los eventos culturales y*

artísticos? (instituciones por su cuenta o con por ejemplo el Ministerio de Turismo, el Ministerio de Educación y Cultura o el Ministerio de Relaciones Exteriores)

PROYECCIONES FUTURAS

6. *¿Cómo perciben la tendencia a futuro del turismo en Punta del Este y la relación con las artes visuales?*

7. *¿Cuáles crees que son los retos y desafíos del destino desde el turismo cultural en general y también considerando la situación actual a nivel global? Principales necesidades: formación de públicos, organización interinstitucional, acercar oferta y demanda, políticas culturales y de turismo alineadas...*

8. *¿Hay algún otro aspecto que te gustaría comentar sobre la relación entre el arte y el turismo en Punta del Este o sugerencia que quisieras hacer?*

10.5 Formato de Entrevista 4

INTRODUCCIÓN:

1. *Presentación personal del entrevistado y la institución que representa ¿Cómo la define y cuál es su rol en ella?; ¿Cómo percibe la relación entre turismo y arte, en general?*

SOBRE ASPECTOS HISTÓRICOS Y ACTUALES DE LAS PROPUESTAS DEL TURISMO ARTÍSTICO-CULTURAL EN EL DESTINO:

en relación al fenómeno de los acontecimientos artísticos en Punta del Este y alrededores (Manantiales, La Barra, Punta Ballena) de los últimos años (creación y consolidación de galerías de arte, centros culturales, museos, ferias internacionales de arte y eventos relacionados):

2. *¿Qué aspectos e hitos destacaría como clave en la evolución histórica del destino en cuanto al turismo artístico-cultural (cultura en general y artes visuales contemporáneas en particular)?*

3. *En el caso de los espacios y actividades vinculadas al arte contemporáneo: ¿cómo percibe el diálogo con el sector turístico? (¿Existen agendas compartidas, comunicación intersectorial (cultura y turismo), intercambios, propuestas en conjunto, estrategias compartidas de captación de público, etc.?)*

4. *¿Cómo se gestiona la comunicación a nivel internacional de los eventos culturales y artísticos en Punta del Este y alrededores? (¿instituciones por su cuenta o con, por ejemplo, las Direcciones de Turismo y Cultura Departamentales, el Ministerio de Turismo, el Ministerio de Educación y Cultura o el Ministerio de Relaciones Exteriores?)*

PROYECCIONES FUTURAS:

5. *¿Cómo percibe la tendencia a futuro del turismo en Punta del Este y la relación con las artes visuales?*

6. *¿Cómo impacta la creación de emprendimientos y proyectos vinculados a las artes visuales como el CCD, ZOCO o el MACA (Fundación Atchugarry) a nivel turístico en el posicionamiento del destino? (paquetes turísticos tematizados, nuevas necesidades en la conectividad y transporte, sinergia con la oferta hotelera...)*

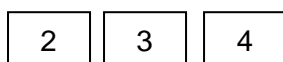
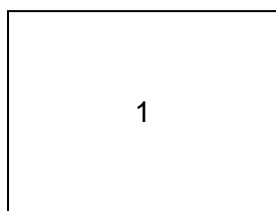
7. *¿Cuáles cree que son los retos y desafíos del destino desde el turismo artístico-cultural en general y también considerando la situación actual a nivel global? (¿Principales necesidades: formación de públicos, organización interinstitucional, acercar oferta y demanda, políticas culturales y de turismo alineadas?)*

8. *¿Hay algún otro aspecto que le gustaría comentar sobre la relación entre el arte y el turismo en Punta del Este o sugerencia que quisiera hacer al respecto?*

11. Créditos de imágenes e ilustraciones

Diseño de tapa, contratapa, ilustraciones y gráficos: elaboración y propiedad de la autora

Créditos de las fotografías incluidas en Anexos **10.1 Fichas de Presentación:**



Presentación de Punta del Este

Imagen 1: mapa extraído de Google Maps e intervenido por la autora

Imagen 2: extraída de < https://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g294066-d306653-Reviews-Enjoy_Punta_del_Este_Resort_Casino-Punta_del_Este_Maldonado_Department.html>

Imagen 3: propiedad de la autora

Imagen 4: propiedad de la autora

Presentación Museo-Taller Casapueblo

Imagen 1: propiedad de la autora

Imagen 2: propiedad de la autora

Imagen 3: propiedad de la autora

Imagen 4: propiedad de la autora

Presentación Museo Ralli

Imagen 1: propiedad de la autora

Imagen 2: propiedad de la autora

Imagen 3: propiedad de la autora

Imagen 4: propiedad de la autora

Presentación Fundación Atchugarry y futuro Museo MACA

Imagen 1: propiedad de la autora

Imagen 2: propiedad de la autora

Imagen 3: Fundación Atchugarry < <http://www.fundacionpabloatchugarry.org/>>

Imagen 4: propiedad de la autora

Presentación espacio de arte ZOCO

Imagen 1: extraída de < <https://www.elpais.com.uy/el-empresario/zoco-espacio-dedicado-arte-contemporaneo-punta.html>>

Imagen 2: extraída del sitio de Facebook de ZOCO < <https://www.facebook.com/zocopuntadeleste/>>

Imagen 3: propiedad de la autora

Imagen 4: extraída del sitio de Facebook de ZOCO < <https://www.facebook.com/zocopuntadeleste/>>

Presentación ESTE ARTE

Imagen 1: ESTE ARTE < <https://www.estearte.com/>>

Imagen 2: ESTE ARTE < <https://www.estearte.com/>>

Imagen 3: ESTE ARTE < <https://www.estearte.com/>>

Imagen 4: ESTE ARTE < <https://www.estearte.com/>>

