

---

## *A mudança no olhar brasileiro sobre o Uruguai: o fim da imagem de “Suíça Latino-Americana” (1964-1973)*

*Teresa Cristina Schneider Marques\**

---

**Resumo:** Durante a primeira metade do século XX, o Uruguai manteve no continente a imagem de “Suíça Latino-Americana”, devido ao seu avançado sistema democrático e à qualidade na prestação de serviços oferecidos à população. As campanhas publicitárias lançadas pelo governo uruguaio em países vizinhos com o intuito de atrair turistas, fortaleceram essa imagem. Contudo, em meados da década de 60 essa realidade começou a mudar, devido à crise que passou a acometer o país. No Brasil, com o interesse de que o Uruguai deixasse de apoiar a ação de grupos esquerdistas, uma série de reportagens que visavam a expor a nova realidade uruguaia passou a ser publicada pela imprensa, então influenciada pela censura imposta pelos militares. Logo, através da análise dessas campanhas publicitárias e reportagens, objetivamos compreender essa mudança no olhar brasileiro sobre o Uruguai.

**Palavras-chave:** Uruguai, “Suíça Latino-Americana”, Brasil.

**Abstract:** During the first half of 20's century, Uruguay kept in the continent the image of “Latin-American Switzerland”, due to your developed democracy and the quality of your services offered to your population. The marketing started by the Uruguayan government at the neighbour countries looking for attracting tourists, improved this image. However, in the first years of 1960's this reality begin to change, due to the crisis that grown over country. In Brazil, interested that Uruguay stopped to help the action of “left organizations”, series of journalistic reporting that tried showing the new Uruguayn reality were published for the Brazilian press, influenced by the censure of military government. At once, across the analyses of these marketing and journalistic reporting, we look for understanding this change of Brazilian view about Uruguay.

**Key words:** Uruguay, “Latin-American Switzerland”, Brazil.

---

\* Mestre em História pela Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT). *E-mail:* tcsmarques@bol.com.br

## Introdução

Este artigo tem como objetivo realizar uma análise sobre a construção da imagem de “Suíça Latino-Americana” pelo Uruguai durante a primeira metade do século XX, no continente sul-americano, mas sobretudo no Brasil. Para tanto, serão examinadas, com base na metodologia da iconografia,<sup>1</sup> imagens divulgadas com o intuito de provar que o Uruguai era um país diferenciado dos demais países latino-americanos, mais semelhante, portanto, aos países europeus.

Em contrapartida, também será feita uma análise sobre como a imprensa brasileira recebeu – e procurou desconstruir – essa imagem do Uruguai, em um momento no qual os orientais enfrentavam forte crise econômica e política e, em consequência da mesma, o acirramento das ações dos grupos terroristas. Dessa forma, se tornava claro o interesse dos governantes militares brasileiros, ou seja, que o sistema político uruguaio se tornasse mais autoritário com relação às atividades políticas de esquerda, acreditando que as mesmas poderiam exercer alguma influência no plano interno.

## A construção

A América Latina sempre foi um continente conhecido pelos atrasos econômico e tecnológico, se comparada às regiões de maior desenvolvimento mundial, tais como Estados Unidos e Europa. Um país latino-americano, entretanto, manteve por décadas, diante dos demais países do continente, a imagem de uma “Suíça Latino-Americana”: o Uruguai foi conhecido pelos seus vizinhos como um exemplo no sistema democrático de governo, pelo alto nível educacional de seus habitantes, entre outros fatores.

Foi o país da justiça social, o país das tradições liberais, do asilo irrestrito ao perseguido político, o país que se atrevera a separar a Igreja do Estado, que implantou o divórcio, o país do ensino laico, obrigatório e gratuito, que se orgulhava de não ter analfabetos nem presos políticos. A seu povo, que se considerava o mais culto e sem preconceitos da América Latina, os anos de depressão irão demonstrar, rapidamente, que suas bases institucionais e econômicas eram falsas e fracas. (FIALHO, 1979, p. 26).

Essa imagem de “Suíça Latino-Americana” que o Uruguai manteve na primeira metade do século XX em muito se deve às campanhas publicitárias para atrair turistas, financiadas pelo governo uruguaio, as quais circulavam nos demais países latino-americanos. Diferentemente da maioria dos países sul-americanos, tais como Brasil e Argentina, que destinavam a maior parte dos investimentos em turismo para atrair visitantes europeus e norte-americanos, o Uruguai procurava investir no turista sul-americano.<sup>2</sup>

Entre as campanhas publicitárias lançadas pelo governo uruguaio para atrair turistas – principalmente brasileiros e argentinos – destaca-se a lançada em 1968 e idealizada por um espanhol radicado no país há 25 anos, Ernesto Rodrigues, e apoiado pelo então ministro do Turismo do país, cujo *slogan* era: “O Uruguai está à sua porta: abra-a.” Essa campanha merece maior atenção que as anteriores, pois foi lançada em um momento no qual as crises econômica e social que acometiam o país já se faziam sentir pela população, que, acostumada a melhores condições de vida, respondeu com violentos protestos. Observe-se o quadro comparativo, que visa a demonstrar a evolução do custo de vida para a população das capitais de diversos países sul-americanos – dentre as quais Montevideú, capital uruguaia – entre os anos de 1956 e 1966.

**Tabela 1** – Índices de preços ao consumidor (custo de vida) (incrementos anuais em porcentagem)

Ano	Argentina (Capital Federal)	Bolívia (Cidade de La Paz)	Brasil (Estado da Guanabara)	Chile (Cidade de Santiago)	Uruguai (Classe operária em Montevideú)
1956	+13,4	+178,8	+21,1	+56,0	+6,7
1957	+24,8	+115,6	+15,9	+33,1	+14,7
1958	+31,5	+2,7	+14,7	+20,0	+17,5
1959	+113,7	+20,5	+39,2	+38,6	+39,5
1960	+27,3	+11,2	+29,4	+11,6	+38,8
1961	+13,5	+7,7	+33,3	+7,7	+22,5
1962	+28,1	+6,0	+48,8	+13,9	+10,9
1963	+24,3	- 0,7	+72,4	+44,2	+20,6
1964	+22,1	+10,1	+93,0	+46,0	+43,2
1965	+28,6	+2,6	+65,8	+28,8	+56,5
1966	+31,9	+7,2	+41,3	+22,9	+73,5

*Fonte: Boletín Estadístico, Instituto Interamericano de Estadística. In: FURTADO, Celso. A formação econômica da América Latina. 2. ed. Rio de Janeiro: Lia Editor, 1970. p. 159.*

Sendo assim, as imagens divulgadas contradiziam a realidade pela qual o país passava naquele momento, causada por diversos fatores.

Entre os fatores causadores desta crise, podem ser alinhados a fragilidade do setor industrial, dependente de insumos e de bens de capital vindos do exterior, a carência do território uruguaio em recursos naturais e a pequena dimensão do mercado interno. (GUAZZELLI, 2004, p. 41).

Diante de um quadro de crescente crise e sem ver possibilidades de alcançar solução para os problemas econômicos através das demais atividades produtivas do país – tais como a pecuária –, o turismo passou a ser encarado pelos orientais como alavanca para o crescimento econômico e como solução para a crise vivida pelo país. A maior aposta dos uruguaios estava nas suas belezas naturais – principalmente nas praias de cidades como Montevídeu – e nos cassinos e lojas de Punta del Este. (VEJA, 1968, p. 42).

Com efeito, com a campanha “O Uruguai está à sua porta: abra-a”, objetivava alcançar a entrada de 50 milhões de dólares em moeda estrangeira no Uruguai, como já foi colocado anteriormente, principalmente oriundos dos bolsos de turistas brasileiros e argentinos. Desde o golpe de 1964, os exilados brasileiros – como, por exemplo, o ex-governador do Rio Grande do Sul, Leonel Brizola, e o ex-presidente deposto pelos militares, João Goulart, entre muitos outros – já haviam descoberto as belezas desse vizinho brasileiro, mas o governo oriental procurava aumentar o número de gastos em moeda estrangeira no país. (VEJA, 1969, p. 45).

A preferência do governo uruguaio pelos turistas vizinhos tem uma explicação: objetivava alcançar aqueles que não tinham dinheiro suficiente para viajar a turismo para os destinos tradicionalmente mais procurados pelas elites socioeconômicas latino-americanas, tais como os países europeus ou os Estados Unidos.<sup>3</sup> O próprio *slogan* remete à proximidade e, conseqüentemente, à facilidade em se viajar para o Uruguai. Através das imagens comumente divulgadas desse país, prometia que o turista que viajasse ao Uruguai encontraria tudo o que buscava em destinos mais dispendiosos, com a diferença de que no Uruguai tudo seria mais barato, mais próximo e, portanto, mais fácil. Ou, em outras palavras: o turista encontraria no Uruguai uma realidade totalmente diferente da dos demais países da América do Sul, mais próxima da realidade européia, afinal, era a “Suíça Latino-Americana”.

Através de uma coleção enciclopédica de geografia ilustrada sobre países americanos, lançada pela Editora Abril Cultural em 1971 e

reeditada em 1977, é possível perceber de que forma as imagens divulgadas do Uruguai foram decisivas na propagação e manutenção da imagem de “Suíça Latino-Americana” que esse país manteve durante décadas. É inquestionável o poder exercido pelas imagens sobre a mentalidade dos indivíduos, independentemente de sua idade, nacionalidade ou classe social. Todavia, vale ressaltar que: “En cualquier caso, está claro que para Dominici ese poder o eficacia de las imágenes se debe a una cierta identificación entre quienes las miran y lo que ellas representan.” (FREEDBERG, 1992, p. 23).

Logo, podemos crer que influenciados pelo eurocentrismo que sempre marcou os meios de comunicação na América Latina – seja em telejornais ou mesmo em livros didáticos – brasileiros e argentinos se identificavam com a paisagem européia apresentada pelas campanhas publicitárias uruguaias, o que levou tal campanha a ser bem-sucedida.<sup>4</sup>



Figura 1: Vista de Punta del Este

Fonte: MARKA. In: “Uruguai” *GEO*, Abril Cultural, n. 65, 2. ed. – 1977. Ilustração da capa.

A capa da edição destinada ao Uruguai, diferentemente dos demais países que compõem a coleção, não busca destacar as características da cultura local. A foto é vista de um porto de Punta del Este, dando destaque às pequenas embarcações no primeiro plano, e conta apenas com duas pessoas no cais, as quais quase não se consegue ver. Apesar do fato de as duas embarcações à frente serem mais simples, podemos perceber que as demais embarcações que aparecem ancoradas ao fundo são mais luxuosas, sendo a maioria delas de pequenos iates. Ao fundo, podemos perceber grandes e belas residências – a maior parte delas de sobrados – e alguns prédios, cujos modelos arquitetônicos eram considerados modernos naquela época. Vale destacar que, entre os três prédios que aparecem na foto, um se encontra em construção, o que visava a representar que o Uruguai era um país moderno em constante crescimento e prosperidade econômica.

Nesse mesmo número, vemos ainda a foto de uma das mais famosas praias orientais, a de Pocitos, em Montevideu. O maior destaque da foto é o grande número de banhistas se divertindo na praia. O grande número de pontos comerciais na praia representa a “ótima infra-estrutura” da qual o turista poderia dispor nas mesmas. Ao fundo, temos a larga avenida à beira-mar, contando com grande circulação de carros, além dos inúmeros e modernos prédios – um deles apresenta uma enorme propaganda do refrigerante “Coca-Cola”, de origem norte-americana.

Tudo isso visava a retratar Montevideu como uma capital moderna e desenvolvida, que recebia investimentos do capital estrangeiro, principalmente das grandes potências mundiais. A partir da análise dessas imagens, podemos perceber a gritante diferença que era sugerida entre o Uruguai e os demais países latino-americanos, pois sabemos que “las edificaciones y las imágenes reflejan el estado de una sociedad y sus valores, así como sus crisis y sus momentos de euforia”. (ZANKER, 1992, p. 13). Logo, através das imagens divulgadas pelo governo uruguaio, pretendia-se impor a idéia de um país desenvolvido, próspero e seguro.



Figura 2: Vista da Praia de Pocitos

Fonte: MARKA. In: “Uruguai” *GEO*, Abril Cultural, n. 65, 2. ed. – 1977. p. 1.280-1.281.

Contudo, contrariando as ambições turísticas dos uruguaios, outras imagens e notícias passaram a circular na imprensa internacional, denunciando que o caos político, econômico e social pelo qual o país passava já era sentindo por diversos segmentos da sociedade. Seu povo, acostumado com privilegiadas condições sociais, respondeu à crise com violentos protestos e com o aumento das atividades dos chamados grupos terroristas, dentre os quais merece destaque os Tupamaros, do Movimento de Libertação Nacional (MLN).

### A desconstrução

A partir de 1968, a revista brasileira de circulação nacional *Veja*, ao expor sobre a audaciosa campanha publicitária uruguiaia, já alertava os turistas brasileiros acerca dos inconvenientes pelos quais poderiam passar em uma visita ao Uruguai, em virtude da grave crise econômica e social que acometia o país:

A política interna do Uruguai, com suas greves e atentados oferece um clima de imprevistos que podem afastar os visitantes. Os turistas já inauguraram a temporada deste ano em hotéis com elevadores paralisados desde as 3 horas da manhã por uma pane misteriosa e conheceram todos os lugares pitorescos de Montevideú à procura de um banco aberto ao público. As explicações desses inconvenientes poderiam ser explicadas nos jornais, se eles não tivessem desaparecido das bancas por causa de uma greve de 48 horas do pessoal das redações e das oficinas. No Cassino do Carrasco, no entanto, o turista sem sorte teria o consólo de saber que o seu dinheiro não ficou nas mãos dos donos das roletas: na madrugada do último dia 29 foi roubado por seis indivíduos da organização terrorista dos Tupamaros. (VEJA, 1968, p. 42).

Mas quais seriam os motivos que levaram a imprensa brasileira a demonstrar tanto interesse em denunciar a falsa “Suíça Latino-Americana”? Desde o início do governo militar, as relações bilaterais entre Brasil e Uruguai estavam sendo abaladas devido, principalmente, às agitações políticas dos brasileiros exilados nesse país a partir do golpe de 31 de março. A Ditadura Militar no Brasil, gradualmente, ia ganhando corpo, enquanto o Uruguai ainda era um país conhecido pela boa infra-estrutura dos setores de saúde e educação pública e pelo seu avançado sistema democrático. O fato de esse país oferecer asilo irrestrito a estrangeiros com problemas políticos em seus países de origem, além das inúmeras liberdades democráticas com as quais a sua população podia contar, atraiu um grande número de brasileiros ligados ao governo deposto pelo golpe de 31 de março de 1964 para nele se refugiar.

Algumas pessoas ligadas à oposição e ao antigo governo, presentes no Uruguai, naquele momento, receberam maior atenção por parte do governo brasileiro, pois suas atividades chegaram a interferir nas relações entre os dois países. (CORREIO DO POVO, 1964, p. 1). Destacam-se o ex-presidente João Goulart, que se encontrava em Montevideú, e o Almirante Cândido Aragão, que estava na condição de asilado na embaixada uruguaia. O chanceler brasileiro Vasco Leitão da Cunha via a necessidade de se debater a situação dessas duas personalidades em particular, logo, com esse fim, convidou o chanceler uruguaio Alejandro Zorrilla de San Martín a vir ao Brasil. (CORREIO DO POVO, 1964, p. 1). Tal encontro, no entanto, não remediou a situação.



Em novembro do mesmo ano o governo manifestou a sua preocupação com as atividades políticas que os exilados brasileiros desenvolviam no Uruguai. Em janeiro de 1965 o embaixador Pio Corrêa formalizou o protesto do Brasil contra o que considerava favorecimento aos asilados, em desrespeito às convenções internacionais, enquanto a imprensa noticiava que este poderia ser chamado de volta ao Brasil, em protesto contra a ambigüidade do governo uruguaio. As tensões só foram se diluindo aos poucos, sem que tivesse havido um choque mais direto entre os dois países. (VIZENTINI, 1998, p. 43).

Posteriormente, em 1966, Juracy Magalhães era chanceler brasileiro e, procurando buscar maior aproximação com os países da região, realizou, naquele ano, diversas viagens para países sul-americanos como o Chile, a Bolívia, a Colômbia, o Equador, o Peru, a Argentina e o Uruguai. No mês de outubro, visitou o Uruguai e aproveitou a ocasião para pedir maior empenho por parte do governo uruguaio no cumprimento das regras da convenção de asilo político, devido ao descontentamento do governo brasileiro em relação às constantes viagens de emissários do ex-presidente João Goulart para discutir a formação da Frente Ampla no Brasil. (VIZENTINI, 1998, p. 43). Temia-se que a agitação política, levada a efeito pela esquerda no país vizinho, pudesse incentivar ou colaborar para os movimentos de oposição ao regime militar no plano interno.

Concomitantemente às atividades políticas de brasileiros exilados e à pressão exercida pelo governo brasileiro para o endurecimento do regime político uruguaio, o Uruguai também assistia à intensificação das ações desenvolvidas pelos Tupamaros (Movimento de Libertação Nacional). O mesmo teve início como um grupo de guerrilha no campo, mas obteve maior expansão após se tornar um grupo de guerrilha urbano, que começou a nascer em 1962 e foi se robustecendo até 1966, quando, em um congresso, a sua criação foi formalizada. (MARIANO, 2003, p. 104-105).

O nome do grupo foi inspirado no nome de um dos líderes da resistência contra o exército conquistador espanhol, Túpac Amarú.<sup>5</sup> Assim como Túpac Amarú, os Tupamaros advogavam as causas dos pobres e procuravam deixar isso claro, por exemplo, ao devolver aos gópiques dos cassinos, que assaltavam a parcela referente à sua gorjeta através dos correios. (VEJA, 1970, p. 61).

Outras ações desenvolvidas pelos Tupamaros também ganharam destaque na mídia internacional, tais como a fuga espetacular de 101 componentes da organização da penitenciária de Punta Carreras em Montevidéu (inscrita no Livro *Guinness* dos Recordes) em 6 de setembro de 1971 através de um túnel de 40 metros (MARIANO, 2003, p. 109), ou ainda, a explosão de bomba em indústria química que fabricava *napalm* para o Vietnã. (COMBLIN, 1980, p. 197).

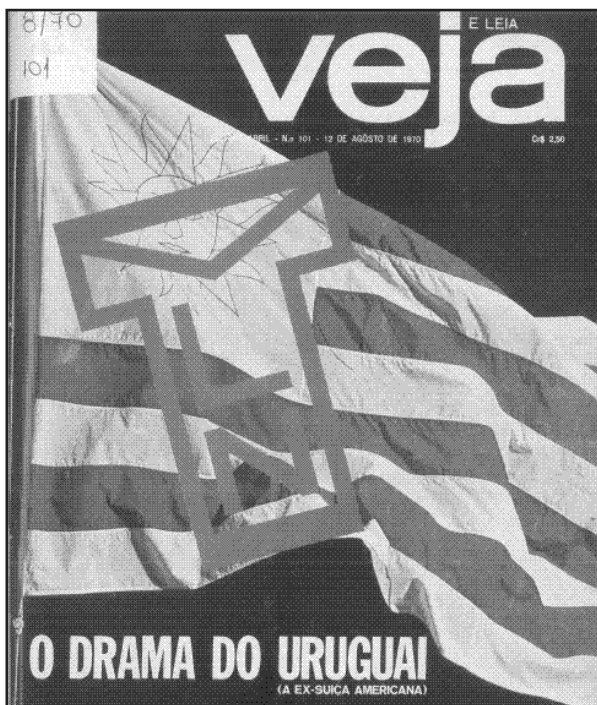
O seqüestro do cônsul brasileiro, em Montevidéu, Aluizio Dias Gomide e do funcionário da embaixada norte-americana em Montevidéu, especializado em repressão policial, Dan Mittrione, em julho de 1970 – também pelos Tupamaros – aumentou o interesse da imprensa internacional pela crise enfrentada pelo Uruguai. O recorde de período de permanência no cativeiro alcançado pelo brasileiro – 206 dias (MARIANO, 2003, p. 106) – e o assassinato de Dan Mittrione fizeram com que aumentassem as denúncias sobre o fim da “Suíça Latino-Americana”, ajudando a justificar a pressão exercida pelos governos estrangeiros – principalmente pelo Brasil e Estados Unidos – para o fim das liberdades políticas que ainda existiam no Uruguai. “Apesar de nunca ter conseguido a adesão da massa popular, a ação dos Tupamaros e dos outros movimentos de guerrilha urbana serviu como justificativa para um regime de repressão que é, sem dúvida, o mais ríspido do continente.” (COMBLIN, 1980, p. 198).

O empenho da imprensa brasileira em denunciar à população a crise política e econômica vivida pelos uruguaios ficou clara através das diversas reportagens que foram lançadas em revistas de circulação nacional, tais como a *Veja*. As manchetes das reportagens por si só já levavam o leitor a conclusões induzidas.<sup>6</sup> Todavia, uma reportagem em especial – trata-se inclusive, de uma reportagem de capa – chamou a atenção, pois além das palavras, utilizou imagens como forma de provar que o Uruguai era “o ex-país da paz”, tal como sugeria o título da matéria. (VEJA, 1970, p. 34-38). Sendo assim, com apoio na metodologia apresentada pela iconografia,<sup>7</sup> procuraremos doravante identificar os significados intrínsecos nas imagens escolhidas pela revista *Veja* para retratar o fim da “Suíça Latino-Americana”, além dos significados primários e convencionais. (PANOKFSKY, 1989, p. 32).

A primeira imagem selecionada para análise é a imagem que adornou a capa da edição da revista n. 101, de 12 de agosto de 1970. A imagem não contém muitos elementos, seu fundo é negro e apresenta, abaixo da ilustração, a seguinte manchete: “*O drama do Uruguai (a ex-Suíça americana).*” No seu centro, vemos a bandeira uruguaia hasteada, balançando, como se um forte vento soprasse sobre ela.

Na imagem apresentada por essa capa da *Veja*, boa parte da bandeira é coberta por um símbolo em vermelho – como se fosse a marca de um carimbo –, que representa o grupo terrorista *Tupamaros*. Trata-se de um “T” formado através das iniciais do nome original do grupo, Movimento de Libertação Nacional (MLN). Nota-se que o símbolo, além de cobrir boa parte da bandeira, cobre principalmente os olhos do sol da bandeira uruguaia, o que pode sugerir que esse país – ou em outras palavras, o seu governo – está de olhos fechados para a agitação promovida pelos grupos terroristas.

Através dessa imagem, portanto, aponta-se a idéia de que o Uruguai se encontra perdido, como se estivesse em um buraco sem fundo, dominado pelas ações terroristas que seriam as principais responsáveis pela crise enfrentada pelo país. Fica claro, dessa forma, a cobrança do governo brasileiro por medidas mais autoritárias contra as ações da esquerda nzo Uruguai. Como já observamos anteriormente, isso já era cobrado pelas autoridades brasileiras desde o início do regime militar, em virtude da movimentação política dos brasileiros exilados nesse país, mas que foi intensificado após o seqüestro do cônsul brasileiro pelos Tupamaros.



**Figura 3:** O drama do Uruguai

**Fonte:** “O ex-país da paz: o Uruguai descobre a crise e a violência.” *Veja*, Ed. Abril, n. 101, 12 de agosto de 1970. Ilustração da capa.

No interior da reportagem, dois grupos de imagens foram selecionados, pois através da comparação entre ambos, a revista procura provar que o Uruguai mudou. Essa visão alguns anos mais tarde, é tida como consenso, tanto no Brasil como no Uruguai:

Até cerca de vinte anos atrás, o Uruguai era uma ilha de prosperidade na América Latina, um país pequeno, feliz e sem problemas, uma “Suíça” americana, como diziam seus habitantes. Hoje em dia o Uruguai é a definição de um país infeliz, da terra sem esperança. (COMBLIN, 1980, p. 197).

No primeiro grupo de imagens, de acordo com a própria legenda apresentada pela revista, lê-se: “O Uruguai de ontem: a alegre vida noturna na movimentada avenida 18 de julho [...], a tranquilidade dos aposentados nos jardins. Nos cassinos e nos cafés [...] um estilo de vida que lembra a ‘belle époque’.” (VEJA, 1970, p. 35). Percebe-se, portanto, através das imagens selecionadas pela revista para essa reportagem, a intenção em se provar que o Uruguai, antes das agitações terroristas, correspondia ao título que carregava: tratava-se de um “país europeu dentro da América Latina”, que realmente oferecia tranquilidade e prosperidade à sua população – como indica a foto dos aposentados nos jardins, em frente a uma agência de turismo –, e em diversão semelhante ao estilo europeu – tal como sugere a legenda das fotos dos agitados cassinos – para os seus turistas e a sua população mais jovem.

O segundo grupo de imagens, por sua vez, procurou apresentar provas de que o país vivia, naquele momento, um verdadeiro caos em virtude das ações dos grupos terroristas. De acordo com a legenda apresentada, lê-se: “O Uruguai de hoje: paredes pichadas, tropas nas ruas. Abaixo, Ulisses Rerverbel, um dos primeiros seqüestrados, ao lado do comissário de polícia Alejandro Otero. À esquerda, Flores Álvarez, primeiro Tupamaro morto.” (VEJA, 1970, p. 37).



**Figura 4:** O Uruguai de ontem  
*Fonte:* "O ex-país da paz: o Uruguai descobre a crise e a violência." *Veja*, Ed. Abril, n. 101, 12 de agosto de 1970, p. 35.

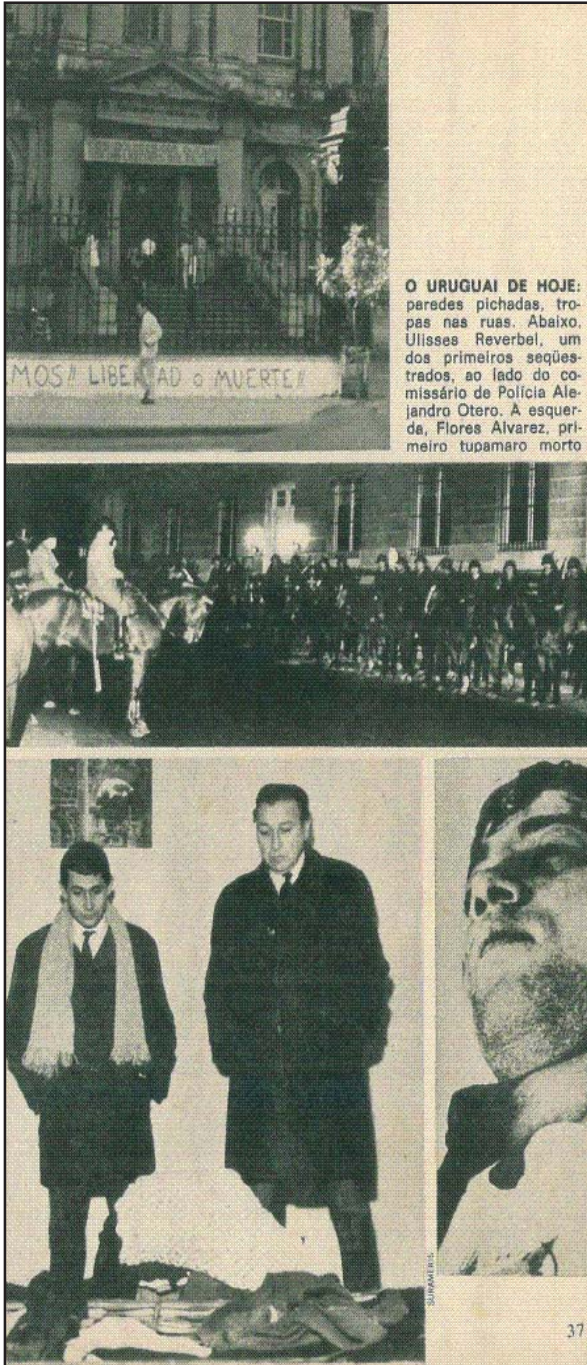


Figura 5: O Uruguai de hoje  
 Fonte: "O ex-país da paz: o Uruguai descobre a crise e a violência." *Veja*, Ed. Abril, n. 101, 12 de agosto de 1970, p. 37.

As imagens se propõem a apresentar a crise vivida pelo Uruguai naquele momento, porém percebe-se que as mesmas se limitavam a apresentar aspectos da crise política e social, ao expor imagens dos terroristas mortos e suas vítimas, o caos em que suas cidades mergulharam devido às ações desses grupos e às repressões às mesmas por parte da polícia uruguaia. Portanto, através das imagens, não é possível observar os demais aspectos dessa grave crise, pois é claro que era a resolução das crises políticas e social uruguaias o que realmente interessava às autoridades brasileiras.

Na verdade, essas crises política e social tiveram início em virtude da decadência econômica que atingiu o país desde meados da década de 50, em consequência do seu atraso técnico no cultivo dos campos – a base da sua economia – em relação aos demais países do mercado internacional, o que levou o mesmo a mudar as suas privilegiadas condições econômicas e sociais, das quais, entre os países do Cone Sul, apenas a Argentina se aproximava. Isso pode ficar claro ao se comparar, por exemplo, o nível educacional das populações dos países do Cone Sul, como se propõe a tabela 2.

**Tabela 2** – Indicadores do nível de educação nos países latino-americanos – 1950

Países	% de analfabetos de 15 ou mais anos.	% de inscritos no primário. (5 a 14 anos)	% de inscritos no secundário. (15 a 19 anos)	Educação superior por cem mil pessoas
Argentina	14	66	21	480
Bolívia	68	24	7	166
Brasil	51	26	10	98
Chile	20	66	18	290
Paraguai	34	51	9	121
Uruguai	15	62	17	484

*Fonte:* CEPAL. *El Desarrollo Económico de América Latina en la Postguerra*, 1963. In: FURTADO, Celso. *A formação econômica da América Latina*. 2. ed. Rio de Janeiro: Lia Editor, 1970. p. 84.

Logo, tornou-se complicado para o Uruguai, país dependente do comércio exterior, manter o seu lugar privilegiado no mercado exportador de carne e lã. Isso provocou uma crise nas oligarquias, além do crescimento urbano desordenado forçado pela migração de grande parte da população rural desempregada pelo emprego de novas tecnologias no campo.<sup>8</sup>

Portanto, essa estagnação econômica levou pobreza à parte da população uruguaia e total submissão aos projetos do FMI, além de facilitar a penetração de capital estrangeiro, principalmente proveniente do Brasil e da Argentina. Essa grave crise econômica impediu que o

governo continuasse investindo na área social, o que causou fortes protestos por parte da população, os quais acabaram evoluindo para ações desenvolvidas pelos grupos terroristas e, conseqüentemente, colocando um fim definitivo na imagem de “Suíça Latino-Americana” da qual esse país tanto se orgulhava. (MOARES, 1989, p. 270).

### Considerações finais

Foi principalmente através da propagação de imagens das suas belas praias e lojas que o Uruguai conquistou, e manteve durante décadas, a imagem de uma “Suíça Latino-Americana”. Foi conhecido como o país da justiça social, com um avançado sistema democrático e com as melhores condições de vida oferecidas aos seus habitantes, se comparado aos seus vizinhos sul-americanos.

Contudo, a grave crise que o país passou a enfrentar no início da segunda metade do século XX, em virtude principalmente do seu atraso tecnológico, diante dos demais países do mercado internacional, levou gradativamente à sua estagnação econômica e, conseqüentemente, ao descontentamento da população, habituada à outra realidade. O investimento em turismo foi uma das estratégias selecionadas pelo governo uruguaio como alavanca para a sua economia, mas a mesma esbarrou no descontentamento do governo brasileiro com as liberdades políticas oferecidas aos exilados brasileiros no Uruguai. Sendo assim, observamos, nos periódicos de circulação nacionais, uma campanha que procurava denunciar a falsa “Suíça Latino-Americana” através de textos ou de imagens.

Logo, o governo uruguaio não conseguiu mais propagar e manter a imagem de “Suíça Latino-Americana” que os orientais tinham tanto orgulho de ostentar. As crises política e econômica foram se agravando a ponto de justificar o golpe de estado que o país sofreu em junho de 1973, dando início, no Uruguai, a um período marcado pelo autoritarismo dos seus governantes militares, vale salientar, com o apoio das autoridades brasileiras.



## Notas

---

<sup>1</sup> De acordo com Erwin Panokfsky, a iconografia é “uma descrição e classificação de imagens: é um estudo limitado e auxiliar que informa quando e onde foram temas específicos visualizados através de outros motivos específicos”. (PANOKFSKY, Erwin. *Iconografia e iconologia*. In: \_\_\_\_\_. *Significados das artes visuais*. Lisboa: Presença, 1989. p. 33-34.

<sup>2</sup> O Uruguai destinou só no ano de 1968 U\$ 200.000 em jornais de Buenos Aires e Porto Alegre. (VEJA. Ed. Abril, n. 65, 3 de dezembro de 1969, p. 45).

<sup>3</sup> Vale lembrar aqui, que ainda de acordo com Panokfsky, para uma correta análise iconográfica, é necessário identificar primeiramente os motivos que incentivaram a divulgação das mesmas. (PANOKFSKY, op. cit., p. 33).

<sup>4</sup> Como prova do sucesso da campanha, a *Veja* expõe, inclusive, a chegada de brasileiros que não vivem na Região Sul do País, mais próxima da fronteira com o Uruguai: “Na praça em Montevidéu, um ônibus de turistas brasileiros, com placa de Belém do Pará, é apenas um dos resultados da campanha vitoriosa que o governo uruguaio vem lançando para aumentar a receita cambial do país através do turismo intensivo. [...] Rodriguez conseguiu aumentar bastante o número de brasileiros

e argentinos que afluem no Uruguai.” (VEJA, 1969, p. 40). (Internacional).

<sup>5</sup> Túpac Amarú foi um cacique indígena, descendente direto dos imperadores incas, que lutou contra a miséria dos indígenas, causada pela exploração dos europeus, até ser morto e esquartejado pelos espanhóis, tornando-se um mártir. Mais informações sobre Túpac Amarú podem ser obtidas em: GALEANO, Eduardo. *As veias abertas da América Latina*. 16. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983. p. 54-57.

<sup>6</sup> Podemos destacar como exemplo algumas reportagens: “Uruguai: A imagem apagada” (VEJA, 1970, p. 61); “Uruguai: O velho e o novo” (VEJA, 1970, p. 68); “Uruguai: Velhos Tempos” (VEJA, 1970, p. 37-38), entre outras.

<sup>7</sup> “Iconografia é o ramo da história da arte que se ocupa do significado das obras de arte em oposição à sua forma.” (PANOKFSKY, op. cit., p. 31).

<sup>8</sup> O último fator, inclusive, era considerado um grave problema: um país industrialmente subdesenvolvido que contava com 82% da sua população vivendo no meio urbano, o Uruguai não tinha como exportar máquinas e equipamentos. (MOARES, op. cit., p. 270).

## Referências

---

- COMBLIN, Pe. Joseph. *A ideologia da segurança nacional: poder militar na América Latina*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1980.
- FIALHO, A. Veiga. *Uruguai: um campo de concentração?* Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1979. p. 26.
- FREEDBERG, David. El poder de las imágenes. In: \_\_\_\_\_. *El poder de las imágenes*. Madrid: Cátedra, 1992. p. 23.
- FURTADO, Celso. *A formação econômica da América Latina*. 2. ed. Rio de Janeiro: Lia Editor, 1970.
- GALEANO, Eduardo. *As veias abertas da América Latina*. 16. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.
- GUAZZELLI, Cesar Augusto Barcellos. *História contemporânea da América Latina: 1960-1990*. 2. ed. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2004.
- MARIANO, Nilson. *As garras do Condor: como as ditaduras militares da Argentina, do Chile, do Uruguai, do Brasil, da Bolívia e do Paraguai se associaram para eliminar adversários políticos*. Petrópolis: Vozes, 2003.
- MOARES, João Carlos Kfourri Quartim de. *Liberalismo e ditadura no Cone Sul*. Campinas: Unicamp; Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, 1989.
- PANOKFSKY, Erwin. Iconografia e iconologia. In: \_\_\_\_\_. *Significados das artes visuais*. Lisboa: Presença, 1989.
- VIZENTINI, Paulo Fagundes. *A política externa do regime militar brasileiro: multilateralização, desenvolvimento e construção de uma potência média (1964-1985)*. Porto Alegre: Ed. da Universidade; UFRGS, 1998. p. 43.
- ZANKER, Paul. Prefacio e introdución. In: \_\_\_\_\_. *Augusto y el poder de las imágenes*. Madrid: Alianza, 1992.

### Fontes

---

- “Embaixada do Uruguai vigiada: Asilo de Aragão causa embarços diplomáticos.” *Correio do Povo*, Porto Alegre-RS, 19 de agosto de 1964. p. 1.
- “Chanceler uruguaio virá ao Brasil a fim de esclarecer as relações dos dois países.” *Correio do Povo*, Porto Alegre-RS, 21 de agosto de 1964. p. 1.
- “Uruguai: danças mágicas para atrair muitos dólares.” *Veja*, Ed. Abril, n. 15, 18 de fevereiro de 1968. p. 42.
- Veja*, Ed. Abril, n. 20, 22 de janeiro de 1969. p. 40. (Internacional).
- “Uruguai: a porta está aberta.” *Veja*, Ed. Abril, n. 65, 3 de dezembro de 1969. p. 45.
- “Uruguai: a imagem apagada.” *Veja*, Ed. Abril, n. 85, 22 de abril de 1970. p. 61.
- “O ex-país da paz: o Uruguai descobre a crise e a violência.” *Veja*, Ed. Abril, n. 101, 12 de agosto de 1970. p. 34-38.
- “Uruguai: o velho e o novo.” *Veja*, Ed. Abril, n. 104, 2 de setembro de 1970. p. 68.
- “Uruguai: velhos tempos.” *Veja*, Ed. Abril, n. 109, 7 de outubro de 1970. p. 37-38.
- “Uruguai” *GEO*, Ed. Abril Cultural, n. 65, 2. ed., 1977.